

University of Groningen

Huisvestingslasten en omzet van retailondernemingen in Nederland

van Duijn, Mark; Nozeman, Ed; Roodhof, José Antonio

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2015

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

van Duijn, M., Nozeman, E., & Roodhof, J. A. (2015). *Huisvestingslasten en omzet van retailondernemingen in Nederland*. Amsterdam School of Real Estate.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

Huisvestingslasten en omzet van retailondernemingen in Nederland

*Mark van Duijn
Ed Nozeman
José Antonio Roodhof*

2015 – 11
September 2015



Huisvestingslasten en omzet van retailondernemingen in Nederland

Research paper

Een onderzoek naar de Occupancy Cost Ratio van retailondernemingen in Nederland

Mark van Duijn

Ed Nozeman

José Antonio Roodhof

Dit paper is mede mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van NVM Business.

ASRE research papers ISSN 1878-4607

*ASRE Research Center | Amsterdam School of Real Estate | Postbus 140 | 1000 AC Amsterdam |
T 020 – 668 1129 | F 020 – 668 0361 | research@asre.nl*

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
1 Inleiding	4
2 Aanleiding	5
3 Begrippenkader	10
3.1.1 Het belang van de OCR	12
3.1.2 De OCR in internationaal perspectief	14
3.2 Een verklarend model	19
4 Beschikbare data en gebruikte analysemethode	21
4.1 Data	21
4.2 Analysemethode	22
4.3 Beschrijvende statistiek	22
5 Resultaten van de analyse	27
6 Conclusie en aanbevelingen	35
6.1 Conclusie	35
6.2 Aanbevelingen	36
Literatuur	37
Bijlagen	41

Samenvatting

In dit paper wordt de ontwikkeling van de verhouding tussen de huisvestingskosten en de omzet van Nederlandse retailondernemingen in kaart gebracht. De resultaten zijn van belang voor een brede doelgroep, feitelijk voor allen die betrokken dan wel geïnteresseerd zijn in het snijvlak van detailhandel en vastgoed. Gezien die doelgroep wordt ervan uitgegaan dat de lezer vertrouwd is met de essentialia van beide domeinen.

De bovengenoemde verhouding wordt internationaal veelal aangeduid met de term Occupancy Cost Ratio (OCR). Gangbaar is dat de OCR berekend wordt door de huisvestingskosten te delen door de omzet. De OCR wordt door beleggers, retailers, financiers en taxateurs, gehanteerd voor de waarde- en risicobepaling van retailvastgoed, de betaalbaarheid van de huisvestingskosten en de beoordeling van de kredietwaardigheid van retailers.

De vraag die in dit paper centraal staat luidt: *Wat is er bekend over de OCR van retailondernemingen in Nederland?*

Voor een gefundeerd antwoord op deze vraag is naast een analyse van beschikbare literatuur gebruik gemaakt van data van het CBS, NVM, Thuiswinkel en WPM.

De belangrijkste uitkomsten van deze verkenning zijn:

1. De belangstelling voor de OCR in zowel de Nederlandse als de internationale literatuur is overwegend van recente datum. De verhouding tussen huisvestingskosten en omzet van retailondernemingen blijkt vanuit wetenschappelijk perspectief nauwelijks onderwerp van studie, maar juist wel vanuit de praktijkgerichte invalshoek. Overigens bestaat ruime aandacht voor de afzonderlijke componenten en de factoren die daarop van invloed zijn.
2. Nationale bronnen wijzen op grote maar onverklaarde verschillen qua OCR tussen branches en op een stijging van de OCR voor de gehele detailhandel over het afgelopen decennium. Voorts wordt uitgegaan van beïnvloeding van die ratio door factoren als type onderneming, grootte winkelvloeroppervlak, type winkelgebied, kerngrootte en landsdeel zonder de onderlinge samenhang aan te tonen..
3. Internationale bronnen wijzen naast de verschillen tussen branches op de positieve relatie tussen de hoogte van de OCR en de hoogte van de winstmarge op brancheniveau. De invloed van de factor wel/niet ketenbedrijf op de OCR is niet in de bestudeerde literatuur aangetroffen. Dezelfde bronnen tonen aan dat het type winkelgebied duidelijk van invloed is op de hoogte van de OCR. Die van retailers met bulkgoederen (zgn. power centres) ligt het laagst, die van stadscentra het hoogst, die van buurt- en regionale winkelcentra bevindt zich daar tussenin. Verschillen hangen vermoedelijk samen met de verschillen in vloerproductiviteit. Verder blijkt de OCR ook tussen de continenten nogal uiteen te lopen: relatief hoog in Australië, relatief laag in Continentaal Europa waarbij de VS en het Verenigd Koninkrijk zich tussen beide uitersten bevinden. Over oorzaken voor die verschillen zijn de meningen verdeeld en ontbreekt een deugdelijke bewijsvoering.
4. De OCR fungeert voor vastgoedbeleggers als een van de indicatoren van het bedrijfsmatig functioneren van retailers binnen hun portefeuille. Jaarverslagen van enkele internationale vastgoedbeleggers bevatten korte tijdreeksen over de ontwikkeling van de OCR in winkelcentra in een aantal landen buiten Nederland. Hoewel een mogelijk verband bestaat tussen de ontwikkeling van de nationale economie dan wel

consumentenbestedingen en die van de OCR wordt die relatie in de betreffende documenten niet gelegd noch met andere factoren.

5. Een verklarend model en daarvan afgeleide hypothesen is aan de hand van data van CBS, NVM, Thuiswinkel en WPM getoetst op juistheid. De analyse richt zich op mogelijke samenhang tussen macro(-economische) variabelen en de variabelen omzet, bedrijfsresultaat en huisvestingslasten van in Nederland opererende retailondernemingen. Het onderzoek heeft betrekking op 11 branches merendeels voor het tijdvak 2004-2013.
6. Die vergelijking levert voor de onderzochte branches en de detailhandel in zijn totaliteit uiteenlopende resultaten op. De OCR van de gehele detailhandel is de afgelopen 10 jaar toegenomen met 0.54 procentpunt, nl van 5.4% naar 5.9%; 7 branches vertonen een toename van de OCR, 1 een stabiel verloop en 3 een wisselend beeld. Het doen van onderbouwde uitspraken over verschillen tussen landsdelen/provincies, locatietypen dan wel bedrijfstypen en grootte winkelvloeroppervlak is vanwege databeperkingen niet mogelijk gebleken. Dit zorgt ook voor een beperking bij het opstellen van een verklarend model.
7. Hoge correlaties worden geobserveerd tussen belangrijke nationale grootheden (bruto binnenlands product, besteedbaar inkomen, consumptieve bestedingen) en de onderliggende componenten van de OCR (huisvestingskosten en omzet) van de gehele detailhandel. De correlaties tussen deze nationale grootheden en de onderliggende componenten van de OCR voor de verschillende branches zijn daarentegen zeer verschillend. Een regressieanalyse van verschillende nationale grootheden die de onderliggende componenten van de OCR moet verklaren leert dat de macro-economische factoren geen eenduidige relatie lijken te hebben met de huisvestingskosten en de omzet voor alle branches. Ofwel, de macro-economische factoren lijken een verschillende invloed te hebben op verschillende branches. Beperkingen met betrekking tot de data (~10 observaties per branche) zorgen ervoor dat er niet precies uitgezocht kan worden met behulp van een verklarende regressieanalyse wat de invloed is van de verschillende macro-economische factoren per branche.
8. Een analyse met data van verschillende retailbranches laat zien dat branches met lage winstmarges over het algemeen een significant lagere OCR hebben dan branches met hogere winstmarges. Als er naar de veranderingen van de OCR van de verschillende retailbranches over de tijd wordt gekeken, kan er geconcludeerd worden dat het verloop van de OCR tussen branches met lage en hoge winstmarges niet significant verschillend is.
9. Een zelfde type analyse toont aan dat internetgevoelige branches een significant hogere OCR hebben dan niet-internetgevoelige branches. De veranderingen van de OCR van de verschillende retailbranches over de tijd tonen aan dat er geen significante verschillen zijn tussen het verloop van de OCR van internetgevoelige branches en niet-internet gevoelige branches.
10. Om een gedegen risicoanalyse op objectniveau te kunnen uitvoeren zijn betere kengetallen noodzakelijk. Daartoe is meer kennis vereist van de factoren die de OCR resp. de samenstellende grootheden daarvan bepalen. In de Nederlandse constellatie zouden m.n. de Nederlandse Raad Winkelcentra en accountants daar aandacht aan kunnen besteden.
11. Om tot een betrouwbare productiviteitsindicator op marktniveau te komen die daadwerkelijk zeggingskracht heeft, zal de bestaande dataverzameling uitgebreid dienen te worden. Hier ligt een taak voor wetenschappelijke en data verzamelende organisaties.

1 Inleiding

In dit paper wordt de ontwikkeling van de verhouding tussen de huisvestingskosten en de omzet van retailondernemingen in Nederland in kaart gebracht. Die verhouding wordt in de internationale literatuur aangeduid met het begrip Occupancy Cost Ratio (OCR). De toegenomen aandacht voor die ratio zowel van beleggerszijde als van de kant van de retailers hangt ten nauwste samen met de bijzondere dynamiek binnen de detailhandel in het afgelopen decennium.

De financiële crisis die ontstond in 2007 heeft geleid tot een langdurige wereldwijde recessie onder meer resulterend in dalende detailhandelsomzetten. Tegelijkertijd brak het online winkelen duidelijk door. De combinatie van beide factoren deed naast langetermijnontwikkelingen op demografisch en cultureel gebied vermoeden dat de betaalbaarheid van de huisvestingskosten voor retailondernemingen onder druk staat. Dat vormt de aanleiding voor dit verkennend onderzoek.

Het doel van dit paper is om de OCR van retailondernemingen in Nederland in kaart te brengen. In essentie gaat het om een productiviteitskengetal. Dit paper analyseert vanuit vastgoedperspectief de ontwikkeling van de onderliggende variabelen van de OCR, te weten huisvestingskosten en omzet zowel in de tijd als de daarop van invloed zijnde factoren. De betaalbaarheid van de huisvestingskosten van retailondernemingen wordt niet onderzocht; pas wanneer meer duidelijk is over de onderliggende factoren kan een dergelijk onderzoek ter hand worden genomen. Wel wordt een verband gezocht tussen de winkelmarkt en de OCR.

De vraag die in dit paper centraal staat luidt: *Welke factoren zijn van invloed op de onderliggende variabelen van de OCR van retailondernemingen in Nederland en wat is de zeggingskracht van de OCR als productiviteitsindicator?*

Dit onderzoek beoogt bij te dragen aan de verspreiding van kennis over de OCR. Die kennis is bepaald niet wijdverspreid. Er bestaat ruime aandacht voor huisvestingskosten van ondernemingen in de praktijkgerichte en wetenschappelijke literatuur. Maar door het ontbreken van betrouwbare omzetgegevens is het aantal publicaties over de OCR beperkt, uitvoerig zoekwerk op het internet en in wetenschappelijke databases ten spijt.

De opbouw van dit paper ziet er na de Inleiding als volgt uit. Hoofdstuk 2 beschrijft het contextueel kader met enkele ontwikkelingen in de detailhandel en de retailvastgoedmarkt. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de betekenis van de OCR als kengetal en zijn functie voor beleggers, retailers en andere actoren. De ontwikkeling van de OCR wordt vervolgens in internationaal perspectief geplaatst. Een model waarin de van invloed zijnde factoren met elkaar in verband gebracht worden sluit dat hoofdstuk af. In hoofdstuk 4 komt de methodologie van het onderzoek aan bod. Hierin wordt uiteengezet op welke manier de gebruikte data over de retailondernemingen in Nederland zijn verzameld en hoe de OCR berekend is. Hoofdstuk 5 toont de analyseresultaten van de OCR van retailondernemingen in Nederland in een aantal geselecteerde branches in de tijd gezien. Tenslotte worden in hoofdstuk 6 conclusies getrokken en aanbevelingen voor verder onderzoek geformuleerd.

2 Aanleiding

De recente aandacht voor het fenomeen huisvestingskosten in relatie tot de omzet van retailondernemingen in Nederland (en daarbuiten) moet geplaatst worden in de context van het conjunctuurverloop van het afgelopen decennium en een aantal structurele langetermijnontwikkelingen.

De kredietcrisis en de daarop volgende bezuinigingsoperatie van de nationale overheid heeft het bestedingspatroon van de consument fors beïnvloed zij het met enige vertraging.¹ Grafiek 2.1 toont de ontwikkeling van de consumptieve bestedingen van de Nederlandse huishoudens. Sinds 2008 is duidelijk een negatieve groei te zien van de bestedingen, met 2010 en 2014 als uitzonderingen.



Grafiek 2.1. Procentuele verandering van de consumptieve bestedingen van huishoudens in Nederland t.o.v. een jaar eerder² (Bron: CBS).

Dalende consumentenbestedingen hebben geleid tot lagere omzetten van retailondernemingen. Grafiek 2.2 toont de negatieve omzetontwikkeling vanaf 2008 van de Nederlandse detailhandel met 2011 en 2014 als uitzonderingen.

Dalende bestedingen en de vastgoedcrisis beïnvloedden huur- en koopprijzen negatief (CBS, PBL, Wageningen UR 2014, Rigo 2014). De retailmarkt maakt sinds 2008 dan ook een onstuimige periode door waarvan het eind nog niet in zicht is.

Zo is aantal faillissementen in de Nederlandse detailhandel fors gestegen. Werden in 2004 nog 529 faillissementen uitgesproken, dat aantal steeg met ruim 70% naar 915 in 2013 (zie Grafiek 2.3). Dit is relatief hoog in vergelijking met andere sectoren.

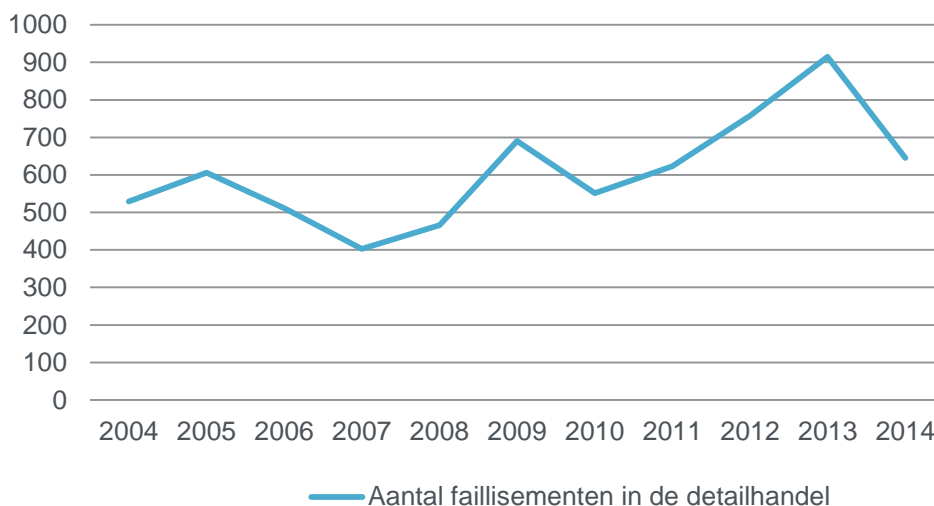
¹ Horst en Kranendonk (2013) stellen in hun evaluatie van recente CPB ramingen vast, dat huishoudens in hun consumptieve bestedingen met een half jaar vertraging reageren bij een toe-of afname van het loon-en uitkeringsinkomen. Toe-of afname van het overig inkomen leidt niet tot meer of minder consumptie maar tot kleinere of grotere besparingen. Het mede door kabinetsbeleid teweeggebrachte lagere inkomen leidde tot hun verrassing niet tot ontsparen maar tot lagere bestedingen in 2012 en 2013. De reactietijd geniet ook in de internationale literatuur ruime belangstelling. De focus is daarbij vooral gericht op de tijd die verloopt tussen de aankondiging resp. uitbetaling van belastingkortingen en toelagen en het moment van de consumptieve besteding door huishoudens alsmede de aard en omvang van de besteding (zie o.a. Johnson et al., 2004 en Parker, 1999). Het is aannemelijk dat deze vertraagde bestedingen dan ook een vertraagd effect hebben op de omzet.

² * Voorlopige cijfers (2011, 2012, 2013 en 2014).



Grafiek 2.2. Procentuele verandering van waarde omzetontwikkeling gehele detailhandel t.o.v. een jaar eerder³ (Bron: CBS).

De industrie, de transportsector, horeca, financiële dienstverlening en de culturele sector toonden in dezelfde periode een stijging in faillissementen van respectievelijk 21%, 39%, 35%, 6% en 55% (CBS). De voorlopige cijfers voor 2014 tonen overigens een aanzienlijke daling ten opzichte van 2013 voor alle sectoren, uitgezonderd financiële dienstverlening. Een wenkend perspectief bieden de komende jaren (DNB, 2015). Bij een verwachte stijging van de reële particuliere consumptie heeft de aantrekkende woningmarkt een positieve invloed op woninginvesteringen en uitgaven aan onder meer woninginrichting en huishoudelijke artikelen (Rabobank 2015).



Grafiek 2.3. Ontwikkeling van het aantal faillissementen in de detailhandel (Bron: CBS).

³ * Voorlopige cijfers (2013,2014).

Doordat de Nederlandse detailhandel nu te maken heeft met lagere omzetten dan voor de crisis en de huren in veel gevallen gelijk zijn gebleven, of zelfs gestegen zijn door indexatie, is de betaalbaarheid van huisvestingslasten voor retailondernemingen al enige tijd in het geding. Eigenaren ontvangen steeds vaker van huurders het verzoek om huurverlagingen door te voeren, de indexatie te bevrozen of andere suggesties om de huur verlagen of op zijn minst om huurgroei tegen te gaan⁴.

Binnen de retailvastgoedmarkt is al geruime tijd sprake van een toenemende segmentering. Waar de B- en C-locaties de afgelopen jaren in zwaar weer terecht kwamen is er op de (meeste) A-locaties een onverminderd sterke vraag gebleven (NVM Business, 2014; Strijker, 2014). Van 2007 tot en met 2013 is er aanvankelijk een gestage groei geweest in de opname van winkelruimte, t.w. van 400.000 m² in 2007 naar 550.000 m² in 2012 gevolgd door een daling naar 410.000 m² in 2013. Aan de andere kant is het aanbod nog forser gestegen, namelijk van circa 900.000 m² in 2007 naar 2.250.000 m² in 2013 (NVM Business 2014). Tussen 2000 en 2007 steeg overigens het aanbod ook maar hield meer gelijke tred met de opname.

De leegstand heeft zich inmiddels ontwikkeld tot een historisch hoog niveau. Grafiek 2.4 toont de ontwikkeling van de leegstand op de winkelmarkt. Bedroeg de leegstand in 2008 nog 5%, in 2014 is deze gestegen tot bijna 7%, overigens met forse verschillen tussen verschillende typen winkelgebieden (Locatus 2014).



Grafiek 2.4. Ontwikkeling van de leegstand op de winkelmarkt (Bron: Locatus).

Een langetermijnontwikkeling is het veranderende aandeel toonbankbestedingen ten opzichte van het totaal aan consumptieve uitgaven⁵. Enerzijds rukt het aandeel diensten op ten koste van het aandeel goederen. De permanente daling van het aandeel duurzame goederen sinds

⁴ Dit blijkt uit afzonderlijke gesprekken in 2014 gevoerd met Corio (Gerard Groener, CEO) en Unibail-Rodamco (Raymond Aartman, Head of Leasing) alsmede met private beleggingsfondsen (w.o. Kroonenberg Groep). Ook de discussie over de huurhoogte tussen de warenhuisketen V & D en diverse vastgoedeigenaren benadrukt het betaalbaarheidsvraagstuk binnen de retail.

⁵ Een structureel kenmerk van de Nederlandse consumptieve uitgaven is de relatief hoge volatiliteit in vergelijking met andere Westeuropese landen (Lukkezen & Elbourne, 2015).

1995 is daarbij opvallend vergeleken met het licht fluctuerende aandeel voedings- en genotmiddelen en dat van overige goederen (CBS 2015a). Anderzijds groeien de bestedingen in winkels minder hard dan die aan goederen. Deze worden in toenemende mate buiten de fysieke winkels om gekocht, niet alleen via internet (zie hierna), maar ook via de groothandel, horeca en andere dienstverleners (CBS/HBD, 2007).

Een andere langetermijnontwikkeling is van demografische aard. In Nederland is sprake van een doorbraak van de zgn. tweede demografische transitie die gepaard gaat met een toename van de grijze druk en een afname van de groene druk. Bovendien wordt de standaardlevensloop vervangen door de keuzelevensloop (Van Maarsseveen en Harmsen, 2011). Met de oprukkende vergrijzing dalen de bestedingsbehoeften ten opzichte van eerdere levensfasen. Er wordt dan relatief meer besteed aan voeding en huisvesting en minder aan ontspanning en vervoer (Ministerie van Financiën, 2013).

Nog een andere en in belang snel stijgende factor heeft invloed op de winkelmarkt en de omzet van (fysieke) retailondernemingen (en daarmee in feite ook indirect op de vastgoedmarkt). De technologische vooruitgang van de afgelopen decennia heeft het mogelijk gemaakt dat de consument in principe de deur niet meer uit hoeft om te voorzien in zijn winkelbehoefte. Alles kan tegenwoordig online 'geshopt' worden. Het koopgedrag van de consument is ingrijpend veranderd. Waar deze eerst de deur uit *moest* is dat nu niet meer nodig. Dat is ook internationaal gezien het geval. Zo wijst onderzoek van het Centre of Retail Research (2014) uit dat online winkelen een sterke groei doormaakt in Europa. Het onderzoek, uitgevoerd in acht Europese landen⁶, vermeldt dat in 2013 de omzet van online winkelen is gestegen met een gewogen gemiddelde van 21,1%. Gegevens over internetbestedingen van Nederlandse consumenten laten een permanente en forse groei zien sinds het begin van dit millennium tegengesteld aan die van zowel de consumptieve bestedingen als van de detailhandel in het bijzonder (<http://detailhandel.info>).

Door dat veranderende koopgedrag van consumenten voorspellen experts ingrijpende gevolgen voor de fysieke detailhandel. Zo kondigt Molenaar (2011) zelfs het einde van de winkels in hun huidige vorm aan. Ook Quix et al. (2011) geven aan dat het winkellandschap en de invulling van winkels zal gaan veranderen. Fysieke winkels verdwijnen niet maar wijzigen wel. Grote internetwinkels zoals Coolblue.nl openen juist fysieke winkels waar de klant het product kan voelen en vragen kan stellen over het product. Consumenten kunnen bij supermarkten, zoals DekaMarkt, online hun producten bestellen en later op de dag ophalen bij de fysieke supermarkt (Quix et al., 2011). Andere gezaghebbende auteurs sluiten zich daar bij aan (zie bv de bijdrage van Gianotten in Nozeman et al., 2012).

Voor de Nederlandse markt geldt dat producten die voornamelijk gevoelig zijn om online gekocht te worden in plaats van fysiek in de winkel producten zijn die voorzien in gemak. Artikelen als boeken cd's, speelgoed, bruin- en witgoed en cosmetica worden door steeds meer consumenten online gekocht in plaats van fysiek in de winkel (Nozeman et al., 2012). De Bes – Van Staalduinen en Lammers (2010) tonen aan dat kleding, schoenen, reizen, cd's/dvd's, boeken, en toegangskaartjes voor vrijetijdactiviteiten en elektrische apparaten de producten zijn die het meest online verkocht worden. Ook stellen zij dat het aandeel van online verkopen nog beperkt is maar dat een snelle groei te verwachten valt. Het Randstad

⁶ Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk, Zweden, Nederland, Italië, Polen en Spanje.

Koopstromenonderzoek 2011 bevat een vergelijkbare conclusie en noemt vrijetijdsartikelen, kleding en elektronica, schoenen en persoonlijke verzorging de vijf populairste branches.

Andere bronnen zijn positiever over de invloed van online winkelen op fysieke winkels. Onderzoek van ABN AMRO (2014) laat zien dat retailondernemingen vaak onterecht bang zijn voor online verkopen. Driekwart van de ondervraagde consumenten zegt niet zonder fysieke winkels te kunnen. Consumenten kunnen niet zonder het advies, het kunnen zien en voelen van het product. De lokaal aanwezige voorraad en het plezier van fysiek winkelen spelen daarbij een rol. Maar de retailer zal meer aandacht moeten besteden aan zijn online positie. Het gaat om een combinatie van beide, beter bekend als cross channel-koopgedrag.

Door de crisis van de afgelopen jaren en de ontwikkelingen op technologisch gebied met inbegrip van het online winkelen is de toekomst van de retailer en het winkelen verre van helder. De Nederlandse Raad van Winkelcentra (NRW) heeft mede met het oog daarop drie interessante scenario's ontwikkeld over de toekomst van het winkelen. Die scenario's lopen sterk uiteen qua conjunctuurverloop, ontwikkeling winkelvloeroppervlak, online verkopen en aantrekkelijkheid van de winkelomgeving (NRW, 2011). Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel heeft enkele jaren eerder eveneens uitdagende scenario's voor de toekomst van de detailhandel gepresenteerd. Die scenario's wijzen alle op een fundamentele verandering in de functie van de detailhandel als schakel tussen fabrikant en consument. Andere partijen kunnen die functie uithollen of zelfs overnemen, tenzij de detailhandel zelf voldoende innoveert en nieuwe waarde toevoegt. Multichannel koopgedrag wordt de standaard (HBD, 2007). Ook Gianotten (2012) schetst in "Het Nederlandse winkellandschap in transitie" uitdagende scenario's. In elke visie en elk scenario zullen omzet, marge en kosten zich anders ontwikkelen. Het exploitatiebeeld en beleid van retailondernemingen voor de toekomst is daarin allerm minst duidelijk. Uitspraken over de ontwikkeling van huisvestingskosten ontbreken geheel.

Wat wel in kaart gebracht kan worden is het recente verleden. Er is op dit moment geen inzicht in de historische ontwikkeling van de exploitatiekosten van retailers in vergelijking met die van de omzet. Het is onduidelijk hoe de verschillende onderdelen van de exploitatie zich hebben ontwikkeld en er is geen inzicht in hoe de verschillende componenten van de exploitatie zich in verhouding tot elkaar hebben ontwikkeld. Vanuit vastgoedperspectief is het relevant om juist het onderdeel huisvesting binnen de exploitatie te analyseren, maar wel steeds in samenhang met de omzet. Huisvesting is vaak een grote kostenpost voor de retailer en daarmee van behoorlijke invloed op het bedrijfsresultaat⁷.

Een duidelijk beeld van de ontwikkeling van de OCR is voor zowel verhuurder als huurder van belang. Door de historische ontwikkeling van de OCR te schetsen wordt helder of en zo ja in hoeverre de huisvestingslasten uit verhouding zijn gegroeid ten opzichte van de omzet. Na uitvoering van de analyse kan de ontwikkeling van de OCR en onderliggende factoren beter geduid worden. Met een referentie naar het verleden kunnen discussies over de toekomstige ontwikkeling van de OCR en hoe daar strategisch en operationeel op in te spelen, beter gevoerd worden.

⁷ Een persbericht van het CBS op basis van bedrijfsgegevens van retailers over 2012 geeft aan dat huisvesting de grootste kostenpost is na personeelslasten. De gemiddelde huisvestingslast bedraagt voor de totale detailhandel 5% van de omzet tegenover 13% voor personeel (CBS, webmagazine 2 februari 2015).

De besproken aanleiding maakt tenslotte duidelijk dat er een sterke structurele samenhang bestaat tussen consumptieve bestedingen, bevolking(samenstelling), huizenprijzen en – transacties, huishoudinkomens, overheidsinvesteringen en de wereldhandel. Een samenhang waarop zowel het CPB als internationale organisaties op grond van eigen onderzoek en dat van derden wijzen (CPB 2012). Oorzaak en gevolg zijn daarbij lastig te onderscheiden. Bovendien verschillen als gevolg van veranderingen in een specifieke grootheid (bv daling inkomen) de effecten op de andere grootheden zowel qua aard (soms ontsparing, soms minder bestedingen, naast korte- ook langetermijneffecten) als qua snelheid van optreden (Giesbergen, 2014; Horst & Kranendonk, 2013)⁸. De verkregen inzichten komen van pas bij het ontwikkelen van een verklarend model in het volgende hoofdstuk.

Gezien de gesignaleerde structurele trends en de bijzondere conjunctuur van de afgelopen tien tot vijftien jaar is de verwachting gerechtvaardigd dat

- de ontwikkeling van de OCR van de totale detailhandel over die periode een stijgend verloop te zien zal geven zowel vanwege de ingebouwde traagheid in het aanpassen van huisvestingslasten als de dalende trend in de omzetontwikkeling;
- de ontwikkeling van de OCR tussen de branches sterk uiteen zal lopen als gevolg van de verschillen in omzetontwikkeling door het verschillend reageren op ontwikkelingen in de samenleving en de economie.

3 Begrippenkader

In het onderstaande wordt verslag gedaan van de literatuurverkenning over het begrip huisvestingskosten van retailondernemingen, het belang daarvan en de relatie met de omzet. Aan het internationaal perspectief wordt afzonderlijk aandacht besteed. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een model waarin de besproken factoren met elkaar in verband gebracht worden.

Onder huisvestingskosten die deel uitmaken van de OCR wordt in algemene zin ⁹ huur, servicekosten en marketingkosten begrepen. Daarbij zijn de marketingkosten beperkt tot de bijdrage aan de winkeliersvereniging. Indien de focus uitsluitend gericht wordt op de OCR moet worden vastgesteld dat in de wetenschappelijke literatuur daar nauwelijks aandacht voor bestaat. In de praktijkgerichte publicaties zoals marktrapporten of jaarverslagen komt de OCR wel regelmatig ter sprake. Dan wordt de OCR meestal gedefinieerd, maar blijft het belang ervan nogal eens achterwege als ware het een vanzelfsprekendheid.

Wat Nederland betreft publiceren drie organisaties over de verhouding huisvestingskosten : omzet van retailondernemingen. Het CBS doet dat jaarlijks in elk geval vanaf 2000 voor de totale Nederlandse detailhandel en voor branches afzonderlijk. Het inmiddels opgeheven HBD heeft op basis van de CBS-gegevens en met behulp van onderzoeksbureau Panteia exploitatiegegevens van branches gepubliceerd onderverdeeld naar klein-, midden en

⁸ De belangrijkste met elkaar samenhangende grootheden zijn hier kort aangeduid. In de internationale literatuur komen ook andere factoren ter sprake die invloed hebben op het volume van consumptieve bestedingen zoals verandering in aandelenprijzen, (o.a. Dynan & Maki, 2001) in bedrijfsinvesteringen (Baugnet & Dresse, 2011) , in fiscaliteit (o.a. Johnson et al., 2004) . Voor zover bestedingseffecten worden onderscheiden zijn deze gericht op diensten, duurzame en niet-duurzame goederen.

⁹ Deze omschrijving vormt de grootste gemene deler van de in de literatuur aangetroffen verscheidenheid aan definities. Zie bijlage 1 voor de verschillende definities van huisvestingskosten als onderdeel van de OCR.

grootwinkelbedrijf. INretail, brancheorganisatie voor retailers in wonen, mode, schoenen en sport, publiceert de laatste jaren exploitatiegegevens gebaseerd op enquêtes onder de aangesloten leden. Het Huuronderzoek uit 2014 onder 610 winkels bevat niet alleen de huuromzetverhouding van 18 onderscheiden subbranches maar presenteert ook gemiddelden per landsdeel, type winkelgebied, grootte winkelvloeroppervlak, inwonerklasse (INretail 2014). Het gaat puur om beschrijving, mogelijke verbanden tussen de variabelen worden niet gelegd, terwijl ook over de representativiteit geen uitspraken worden gedaan. Andere brancheorganisaties publiceren wel omzetgegevens maar geen informatie over huisvestingskosten.

Het als zoekopdracht invoeren van de termen 'OCR', 'OCR Retail', 'Occupancy Cost Ratio', 'Occupancy Cost Ratio Retail' of 'Occupancy Cost Retail' in wetenschappelijke databases levert een bescheiden oogst aan relevante resultaten. Bij raadpleging van de EBSCOhost COMPLETE database varieert het aantal "hits", afhankelijk van het ingevoerde trefwoord, tussen 0 en 156, waarvan vijf voor dit onderzoek relevante publicaties. In EconLit varieert het aantal "hits" op basis van bovengenoemde zoektermen tussen 0 en 14, waarvan één relevante publicatie voor dit verkennende onderzoek. Ook als dezelfde termen in Google Scholar worden ingevoerd levert dat tot 282.000 hits op¹⁰, maar blijken die inhoudelijk weinig relevante resultaten op te leveren. Uitzondering vormen de rapportages van de grote consultants (w.o. CBRE, Colliers, Deloitte en PwC) over de ontwikkeling van de OCR sinds de financiële crisis en over de manieren om de huisvestingskosten te reduceren. Voorts maken een aantal internationaal georiënteerde vastgoedbeleggers in hun jaarverslagen vanaf 2007 melding van de ontwikkeling van de OCR in hun portefeuille, al dan niet uitgesplitst per land en/of winkelcentrum. Tenslotte zijn uit de verkenning van de databases naast enkele praktijkgerichte bijdragen meerdere wetenschappelijke artikelen gevonden. Nu eens wordt de relatie tussen huur en omzet aan de orde gesteld met het oog op zgn. omzetexternaliteiten (Gerbich, 1998; Wheaton, 2000), dan weer is die gericht op benchmarking (Hess & Francis, 2004; Joo & Stoeber, 2009) of met het oog op een internationale vergelijking (Moir, 2005; Reynolds, 2005). Op genoemde bronnen wordt inhoudelijk in 3.1.1 en 3.1.2 nader ingegaan.

Wanneer de focus verruimd wordt naar de onderliggende variabelen van de OCR, waaronder huur, servicekosten en omzet, dan moet de bovengenoemde conclusie over de beperkte aandacht vanuit de wetenschappelijke hoek herzien worden. A fortiori geldt dat voor de praktijkgerichte invalshoek. Over de variabele huur is zowel in de Nederlandse als in de internationale literatuur al sinds decennia veelvuldig en uitvoerig gerapporteerd. Voor de variabele omzet geldt dat in redelijke mate, voor de variabele servicekosten in duidelijk mindere mate.

Wanneer de trefwoorden 'Retail Rent' en 'Retail Rental' ingevoerd worden, is de score via EBSCOhost COMPLETE resp. 3545 en 10.993, bij Econlit resp. 24 en 9¹¹. Wanneer de trefwoorden 'Service charge retail' ingevoerd wordt is de score via EBSCO host COMPLETE 4962, bij Econlit 1. Bij de trefwoorden 'Retail Turnover' en 'Retail Sales' bedraagt de score bij eerstgenoemde bron resp. 3009 en 157.988, bij de als tweede genoemde bron resp. 20 en

¹⁰ Die veelheid hangt ook samen met de zoekmachine welke niet alleen selecteert op het totale begrip maar ook de ingevoerde woorden afzonderlijk zoekt.

¹¹ EBSCO host COMPLETE bevat overwegend artikelen uit niet wetenschappelijke periodieken in vergelijking, terwijl Econlit uitsluitend artikelen uit academische tijdschriften bevat

469. Wanneer het huisvestingskostenperspectief ('Occupancy cost') wordt verruild voor het transactieperspectief ('Rent' of 'Rental') verandert dus de schaarste in een overvloed aan publicaties¹².

Uit die overvloed komen belangrijke resultaten naar voren over de van invloed zijnde factoren op zowel de variabele huisvestingskosten als de variabele omzet. De veelheid aan wetenschappelijke publicaties over huisvestingskosten (meestal alleen de huur) toont overwegend en gemotiveerd belangstelling voor het verband met locatiele factoren, in beperkte mate voor de relatie met niet-ruimtelijke, d.w.z. macro-economische en demografische factoren¹³. Studies op nationaal schaalniveau gericht op factoren die veranderingen in omzet en huisvestingskosten bepalen zijn schaars; de meeste onderzoeken hebben betrekking op lagere ruimtelijke schaalniveaus dan wel op een specifiek type winkelgebied.

Met betrekking tot huisvestingskosten stelt Tsolacos (1995) voor het Verenigd Koninkrijk vast dat factoren als GDP en consumentenbestedingen verklarend zijn voor variaties in de huurhoogte. Chung (2004) voegt daar op grond van onderzoek in Hongkong andere macro-economische factoren aan toe, te weten detailhandelsverkoop, inflatie en prestaties van de effectenbeurs met een positieve impact, hypotheekrente, werkloosheid en buitenlandse reizen met een negatieve impact. Zowel Tsolacos (1995) als Chung (2004) stellen een vertragsmechanisme ("time lag") vast waar het de invloed van BBP en consumentenbestedingen op de huisvestingskosten betreft. Met betrekking tot detailhandelsomzet noemen D'Arcy et al. (1997) als belangrijkste determinanten BBP, werkloosheid, renteniveau, naast besteedbaar inkomen en consumentenbestedingen. Green en Henderdershott (2007) stellen op grond van onderzoek in de VS vast dat de leeftijdsgroep boven de 40 relatief meer besteedt dan die beneden de 40 jaar.

Volgens de literatuur is het duidelijk dat macro-economische én locatiefactoren er toe doen bij de verklaring van veranderingen in huisvestingskosten en omzet. Wat niet duidelijk is, is in welke mate dit ook geldt voor de gehele detailhandel in Nederland en of de factoren dezelfde invloed uitoefenen op de verschillende retailbranches.

Het bovenstaande leidt tot de conclusie dat vanuit een breder perspectief gericht op de onderliggende variabelen van de OCR zowel huur als omzet in vooral de praktijkgerichte maar toch ook in de wetenschappelijke literatuur de nodige aandacht krijgen. Alleen concrete kengetallen van de OCR blijken schaars en dat geldt temeer voor tijdreeksen.

3.1.1 Het belang van de OCR

Binnen de retailsector zijn meerdere kengetallen zo men wil normen gangbaar die alle betrekking hebben op de bedrijfsvoering. Behalve de OCR als maatstaf voor de huisvestingsproductiviteit zijn er maatstaven voor arbeidsproductiviteit (omzet per fte), voorraadproductiviteit (omzet : gemiddelde voorraad), vloerproductiviteit (omzet per m²) en voor efficiency (winst per fte, per gemiddelde voorraad, per m²). Die gezamenlijke kengetallen kunnen, mits gebaseerd op voldoende betrouwbare data, een goed beeld geven hoe op enig

¹² Datum van plaatsen zoekopdrachten bij alle genoemde databases: 30 en 31 oktober 2014.

¹³ Macro-economische en demografische factoren hebben overigens veelal hun uitwerking op lagere ruimtelijke schaalniveaus

moment een branche ervoor staat en zich in de tijd ontwikkelt. Kengetallen worden normen als aan eerstgenoemde de waarde van een beslissingscriterium wordt gekoppeld.

Volgens Colliers International is de OCR voor de eigenaar een belangrijk meetinstrument om in winkelcentra gevestigde ondernemingen te analyseren. Het stelt hem in staat om te bepalen of huurders een huur betalen die boven, op of onder een houdbaar niveau zit. Het bedrag dat een huurder bereid is te betalen voor een bepaalde winkel is uiteindelijk gerelateerd aan de mogelijkheid om op die locatie een voldoende omzet en een gezonde winstmarge te genereren. Huurders die opereren in de meest productieve winkelcentra zijn doorgaans bereid om meer huur te betalen. Als de productiviteit (omzet per m²) toeneemt dan neemt de operationele efficiency ook toe. Hierdoor zijn retailondernemingen in een betere positie om hogere huren op te brengen (Colliers International, 2012).

Ook CBRE (2012) wijst expliciet op het belang van de OCR voor beleggers en retailers. Gesteld wordt dat de feitelijke OCR van een winkel(onderneming) de winstgevendheid bepaalt en daarmee indirect de levensduur ervan. De daarbij vertoonde schaar van reëel stijgende kosten en daarmee niet gelijklopende omzetten bevat een duidelijke waarschuwing naar rendement maximaliserende eigenaren.

Een gesprek met Unibail-Rodamco¹⁴ naar aanleiding van de zeggingskracht van de OCR bevestigt het gebruik van de OCR als meetinstrument door vastgoedbeleggers. De belegger heeft een target OCR in gedachte voor wat gezond is voor een bepaalde huurder in een bepaalde branche. Deze target OCR is gebaseerd op de jarenlange expertise van de belegger. De OCR varieert per branche omdat elke branche andere winstmarges heeft. Zelfs binnen één branche zijn er verschillende target OCR's mogelijk. Een franchisenemer van een keten heeft een andere marge dan een winkel die eigendom van de keten zelf is, dit leidt tot een andere OCR voor de huurder. Door de OCR van de huurders te berekenen en te analyseren is het voor de belegger mogelijk om te zien of de huurders een verantwoorde huur betalen.

Ook uit een gesprek met Corio¹⁵ blijkt dat de OCR gezien wordt als een belangrijke maatstaf binnen de investeerdersmarkt. De OCR zegt iets over het functioneren van de huurder. Als de OCR sterk toeneemt, is dat meestal een aanwijzing dat er iets verandert in de omzetontwikkeling en dus in het bedrijfsmatig functioneren van de huurder. De totale huisvestingslasten worden een relatief steeds grotere kostenpost als de omzet terugloopt. De OCR zegt dus veel over de al dan niet gezonde verhouding tussen huisvestingslasten en omzet. In Nederland zijn omzetten van huurders doorgaans niet bekend, volgens Corio is een weergave van de OCR dan ook erg lastig. Zij bevestigt dat de hoogte van een OCR afhankelijk is van de branche en het type huurder. Zo ligt de OCR van supermarkten rond 2 à 3 procent, de OCR van retailers in mode en accessoires kan rond 15 procent liggen, vooral als de oppervlaktes kleiner zijn. Verder geeft Corio aan dat in de toekomst de koppeling tussen huur en fysieke/lokale omzet niet altijd meer eenvoudig te maken is. Oorzaak hiervan is de toenemende vervlechting van online en cross channel-koopgedrag. Hierdoor vervaagt de directe omzetlink met een fysieke winkelvestiging. Deze ontwikkeling zal de OCR beïnvloeden, maar hoeft niet te betekenen dat de winkelhuur (voor de retailer) uit verhouding

¹⁴ Dit gesprek is gevoerd met Raymond Aartman, Head of Leasing.

¹⁵ Dit gesprek is gevoerd met Jan-Willem Speetjens, Hoofd Strategie.

groeit. De winkelruimte kan gaandeweg meer als marketingtool worden beschouwd en wellicht ook vanuit deze kostenpost worden ingeschaald in plaats van als traditionele huisvestingslasten.

Enkele auteurs bevestigen expliciet het gebruik van de OCR als meet- c.q. beoordelingsinstrument maar dan vanuit het perspectief van de taxateur resp. en financier (Cirz, 2012; Daniels en McDonnell, 2009). De feitelijke OCR afgezet tegen de normatieve OCR stelt deze actoren in staat te beoordelen of het huurniveau van een winkelcentrum voldoende flexibiliteit bevat om tegenvallende omzetten in de toekomst op te vangen.

Soms expliciet dan weer impliciet stellen anderen dat de OCR voor de retailer een maatstaf is voor de huisvestingsproductiviteit en indirect voor de houdbaarheid van zijn exploitatie (Gerlich, 1998; Wheaton, 2000; Australian Government Productivity Commission, 2008; Baker, 2009). De interpretatie van de OCR als maatstaf voor kostenefficiëntie varieert overigens; de ene auteur (Pestana Barros, 2003) associeert een lage ratio met een lage omzet, een bescheiden verzorgingsgebied en dito huishoudinkomen, terwijl anderen (Hess en Francis, 2004; Moir 2005) een dergelijk getal beschouwen als bewijs van een relatief gunstige efficiency. De hoogte van de OCR geeft echter geen antwoord op de meer fundamentele vraag wat aan de basis van het duurzame succes staat.

3.1.2 De OCR in internationaal perspectief

Om de ontwikkeling van de OCR in Nederland in perspectief te plaatsen is een internationale vergelijking van belang. Die vergelijking wordt beperkt doordat in tegenstelling tot de data van het CBS de statistische bureaus van de omringende landen noch private databases gedetailleerde informatie over de huisvestingskosten van ondernemingen bevatten¹⁶. De beoogde vergelijking blijft daardoor fragmentarisch van aard. De hierna te behandelen publicatie van Colliers, de jaarverslagen van een aantal retailvastgoedbeleggers en data uit enkele artikelen vormen de basis voor de vergelijking van de OCR tussen een aantal westerse economieën en Nederland.

De publicatie van Colliers International (2012) bevat, als een van de weinige, een internationale vergelijking wat betreft de OCR. Aanleiding van dit onderzoek van Colliers was de discussie in Australië over de houdbaarheid van de hoogte van de OCR van de Australische winkelcentra. De OCR in Australië was de afgelopen 15 jaar stabiel. Vanaf 2010 is deze echter sterk gestegen. Dit is het resultaat van een relatief langzame omzetgroei van de retailondernemingen terwijl de huur, volgens contractuele afspraken, elk jaar steeg. Ook de toename van energiekosten speelt een rol in de stijging van de OCR in Australië. Het onderzoek is uitgevoerd met data die zijn verzameld via de grootste winkelvastgoedeigenaren in Australië en deels ontleend aan jaarverslagen, jaarrekeningen en data verkregen van niet-beursgenoteerde eigenaren. Het onderzoek toont dat de gemiddelde OCR voor winkelcentra in Australië varieert per type centrum. Winkelcentra gericht op bulkgoederen kennen de laagste gemiddelde OCR (8,7%). De winkelcentra in de central business districts kennen de

¹⁶ Voor dit doel zijn de databestanden van de statistische bureaus van België ((Algemene Directie Statistiek), Duitsland (DESTATIS), Engeland (ONS) en Frankrijk (INSEE) geraadpleegd alsmede het databestand Orbis uitgegeven door Bureau van Dijk)

hoogste gemiddelde OCR (18,6%). Regionale en buurtwinkelcentra kennen een gemiddelde OCR van respectievelijk 16,8% en 12,1%. Dit is hoog in vergelijking met de Verenigde Staten (13,3% en 10,5%), het Verenigd Koninkrijk (14,9% en 9,4%) en Continentaal Europa (11,7% en 9,7%). Australië onderscheidt zich ten opzichte van de genoemde landen met de hoogste OCR's aan de ene kant maar de laagste leegstand aan de andere kant.

De verschillen tussen westerse economieën qua OCR voor grote winkelcentra worden bevestigd door verschillende andere bronnen (Baker, 2009; CapitaMall Trust, 2014). Dat geldt ook voor de verschillen qua OCR tussen typen winkelcentra. Zo meldt Sullivan over de Amerikaanse winkelcentra een gemiddelde OCR van 8-9% voor buurtwinkelcentra en 9-16% voor regionale winkelcentra (Sullivan, 2009). Een en ander hangt ten nauwste samen met het verschil in branchesamenstelling, in winstmarge per branche en in de mogelijkheid om een zodanige omzet te genereren die een duurzame profijtelijke exploitatie mogelijk maakt (Baker, 2009; Sullivan, 2009; Daniels & McDonnell, 2003).

Jaarverslagen waarin de OCR voor de retailsector wordt vermeld gedurende een langere periode beperken zich in Europa tot die van een viertal beursgenoteerde winkelvastgoedbeleggers, tw Corio, Eurocommercial, Klépierre en Unibail-Rodamco¹⁷.

In genoemde jaarverslagen wordt de OCR vermeld van de landen waar de vier genoemde beleggingsfondsen actief zijn. Ook al zijn het slechts enkele van de bestaande institutionele Europese beleggers en betreft het alleen de OCR van retailondernemingen in winkelcentra, een internationale vergelijking is wel belangrijk om de Nederlandse ontwikkeling van de OCR in een ruimer perspectief te plaatsen. Het betreft vier grote spelers op de Europese winkelvastgoedmarkt. Samen zijn ze verantwoordelijk voor € 58 miljard (waarvan € 7 miljard voor Corio, € 3 miljard voor Eurocommercial, € 16 miljard voor Klépierre en € 32 miljard voor Unibail-Rodamco¹⁸). In de volgende grafieken wordt de ontwikkeling getoond van de OCR van de betreffende landen.

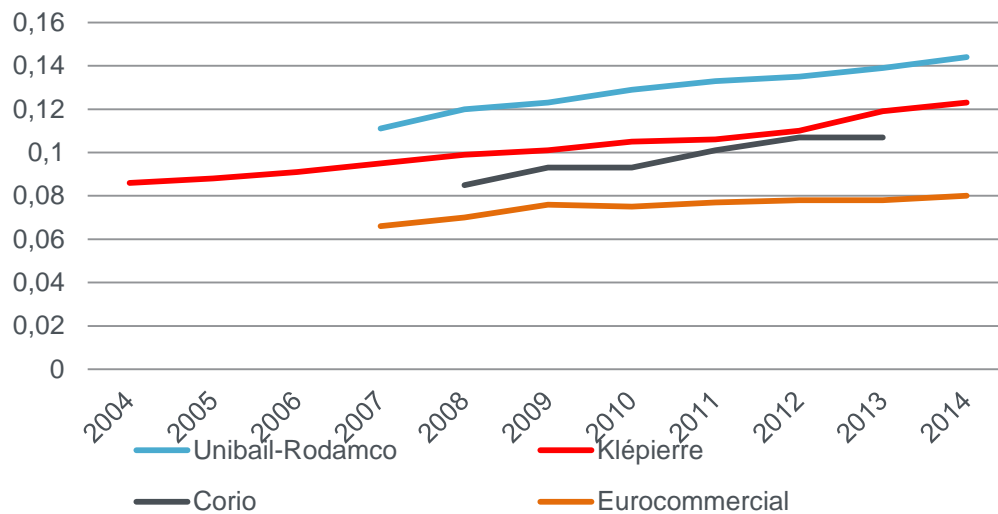
Grafiek 3.1 toont de ontwikkeling van de OCR van Frankrijk¹⁹ van de vier beleggers. De OCR van Frankrijk is bij genoemde vier beleggers duidelijk fors gestegen.

In grafiek 3.2 wordt de ontwikkeling van de OCR in Scandinavië getoond. De ontwikkeling van de OCR van Corio in dat gebied ontbreekt omdat zij geen beleggingen heeft in het betreffende gebied. De OCR van Scandinavië bij deze beleggers kent een wisselend verloop.

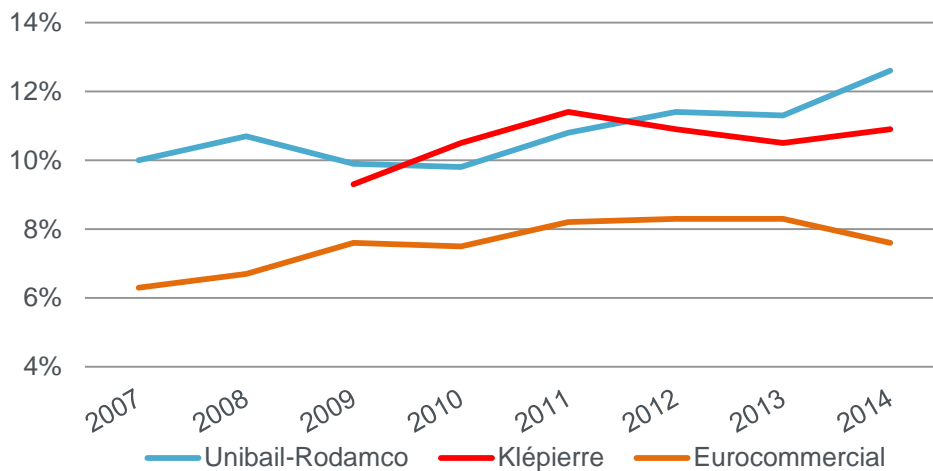
¹⁷ Van de Engelse beursgenoteerde retailvastgoedfondsen rapporteert alleen Land Securities vanaf 2011 de OCR, waarbij een differentiatie naar land echter ontbreekt en om die reden niet in de analyse is betrokken. Van de Amerikaanse vastgoedfondsen rapporteert de Simon Property Group vanaf 2010 de OCR; vanwege de beperking van de portefeuille tot de VS is deze niet in de analyse betrokken.

¹⁸ Peildatum 31-12-2013 voor Corio, Klépierre en Unibail-Rodamco, 30-06-2014 voor Eurocommercial. De cijfers van Klépierre voor 2014 hebben betrekking op de gezamenlijke portefeuille van Klépierre en (fusiepartner) Corio.

¹⁹ Bij de ontwikkeling van de OCR in Frankrijk van Klépierre is België inbegrepen



Grafiek 3.1. Ontwikkeling van OCR in Frankrijk (Bron: jaarverslagen/eigen bewerking).



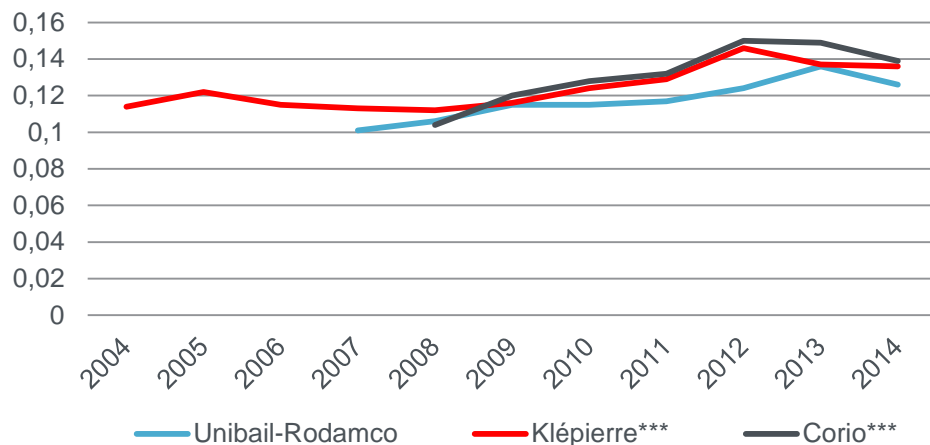
Grafiek 3.2. Ontwikkeling van OCR in Scandinavië (Bron: jaarverslagen/eigen bewerking).

De ontwikkeling van de OCR in Spanje²⁰ wordt getoond in grafiek 3.3. Eurocommercial heeft daar geen directe beleggingen. De drie overige beleggers laten een forse stijging zien van de OCR in de afgelopen jaren met een stabilisatie c.q. lichte terugval in resp. 2013 (Klépierre) en 2014 (Unibail-Rodamco) .

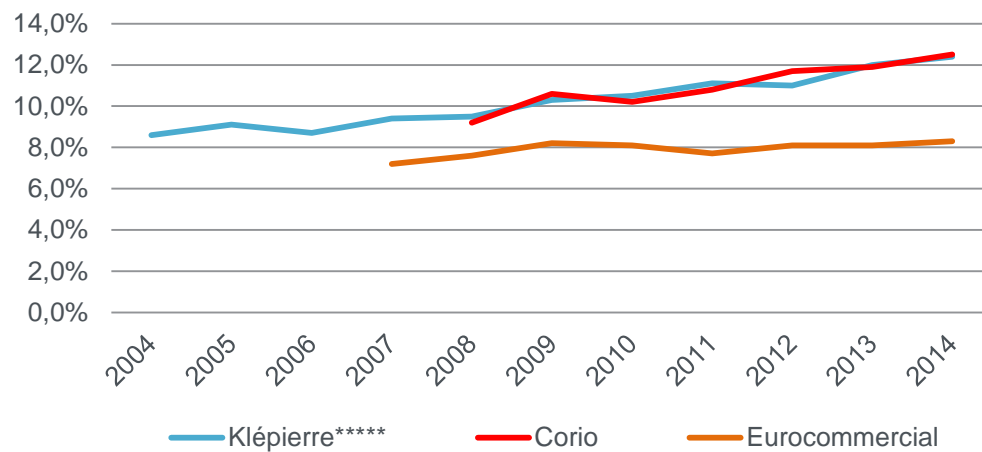
De ontwikkeling van de OCR in Italië²¹ wordt getoond in grafiek 3.4 met uitzondering van Unibail-Rodamco, dat daar geen directe beleggingen heeft. Ook de OCR van Italië laat een forse stijging zien over de afgelopen jaren bij genoemde beleggers met een stabilisatie in 2014.

²⁰ Bij de ontwikkeling van de OCR in Spanje van Klépierre en Corio is Portugal inbegrepen.

²¹ Bij de ontwikkeling van de OCR in Italië van Klépierre is tot en met 2009 Griekenland inbegrepen.



Grafiek 3.3. Ontwikkeling van OCR in Spanje (Bron: jaarverslagen/eigen bewerking).



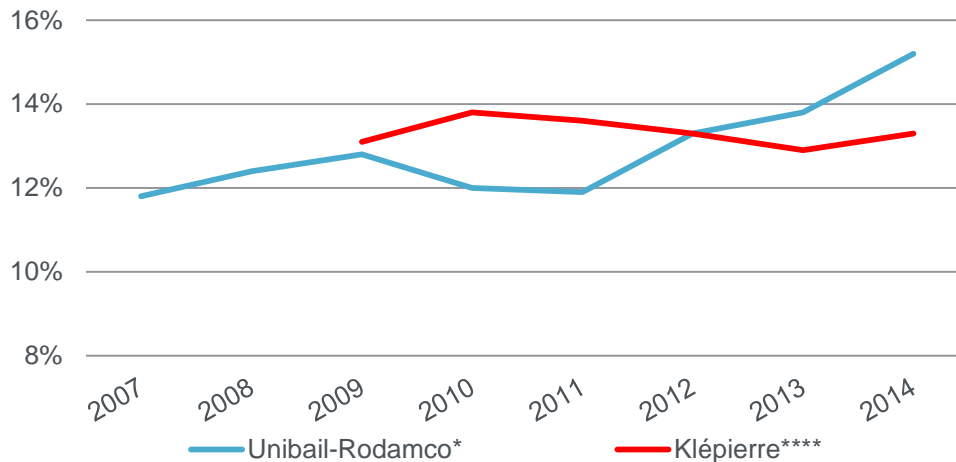
Grafiek 3.4. Ontwikkeling van OCR in Italië (Bron: jaarverslagen/eigen bewerking).

De ontwikkeling van de OCR in Centraal Europa²² wordt getoond in grafiek 3.5. Corio en Eurocommercial ontbreken in deze grafiek omdat zij geen directe beleggingen in Centraal Europa hebben. De OCR van Centraal Europa bij de overige beleggers kent een wisselend beeld. Dit is mogelijk te verklaren doordat deze beleggers verschillende landen tot Centraal Europa rekenen.

Er is voornamelijk een stijging van de OCR in de Europese landen waar te nemen. De huisvestingskosten zijn relatief sneller gestegen dan de omzet. Opvallend is die in Spanje dat toch door de crisis sterk getroffen is. Tussen de landen zijn evenzeer verschillen waarneembaar. Zo valt de relatief lage OCR in de winkelcentra van Scandinavië op. Voorts valt op dat Eurocommercial relatief lage OCR's toont in vergelijking met de andere beleggers, waarbij het betreffende fonds een relatie legt met de uitzonderlijk lage leegstand in haar portefeuille²³.

²² Bij Unibail-Rodamco worden Duitsland, Polen, Tsjechië en Slowakije tot Centraal Europa gerekend. Bij Klépierre worden Polen, Hongarije en Tsjechië (en tot en met 2009 ook Slowakije) tot Centraal Europa gerekend.

²³ Tussen de centra varieert binnen een land de OCR aanzienlijk. Eurocommercial maakt melding van ratio's tussen 3,6 en 13,4 waarvoor een duidelijke verklaring achterwege blijft



Grafiek 3.5. Ontwikkeling van OCR in Centraal Europa (Bron: jaarverslagen/eigen bewerking).

Gezien het voorgaande is het niet verbazingwekkend dat de houdbaarheid van de voortdurend stijgende OCR's een belangrijk issue is voor de verschillende betrokkenen.²⁴ Dat geldt niet alleen binnen Europa maar ook daarbuiten is de discussie over de ontwikkeling van de OCR aan de orde. Steeds wordt een verband gelegd met stagnerende/dalende omzetten met stijgende onkosten dan wel met een combinatie van beide (zie o.m. Rosa 2006, Sullivan 2009, Kalette 2010). Zo vormt in Australië de sinds een aantal jaren stijgende OCR onderwerp van onderzoek en debat. Daarbij wordt op grond van een landenvergelijking de hoge OCR toegeschreven aan een te sterke concentratie van winkelvastgoed bij enkele partijen en tekortschietende regelgeving (Australian Productivity Commission 2008). Daar stelt Baker tegenover dat bij landenvergelijking steeds rekening gehouden moet worden met verschillen in micro-en macrofactoren. In de vergelijking tussen Australië met relatief hoge en de VS met relatief lage OCR's voor zowel buurt- als regionale winkelcentra wijst genoemde auteur op verschillen in omvang winkelmetrage per capita, in branchesamenstelling van winkelcentra en in dominantie van (kostbare) overdekte centra dan wel van (goedkopere) onoverdekte centra (Baker, 2009). Bewijsvoering voor de invloed van die factoren ontbreekt evenwel.

Het voorgaande overziende kan niet volstaan worden met een vergelijking van de OCR's op verschillende schaalniveaus. Om ontwikkelingen daarin gefundeerd te kunnen verklaren, zal een analyse van zowel de teller (huisvestingslasten) als de noemer (omzet) noodzakelijk zijn en de daarop van invloed zijnde factoren. Een model waarin samenhang wordt getoond van die factoren met de grootheden huisvestingslasten en omzet geeft inzicht in het mechanisme achter de OCR.

²⁴ Het ICSC Retail Strategy and Trends Forum in november 2014 heeft als thema Enhancing the value of Retail maar onderstreept het belang van de OCR middels een aan dat onderwerp gewijde zitting

3.2 Een verklarend model

In het voorgaande is geconcludeerd dat bewegingen in de onderliggende variabelen de hoogte en ontwikkeling van de OCR bepalen. De twee variabelen betreffen omzet en huisvestingslasten van detailhandelondernemingen in Nederland. Uitgaande van de bestudeerde (overwegend internationale) literatuur zijn een aantal verwachtingen over de ontwikkeling van die kernvariabelen en de OCR op de Nederlandse retailmarkt in de afgelopen decennia te formuleren. Die verwachtingen richten zich uitsluitend op de invloed van macrofactoren; locatiegebonden factoren blijven vanwege datagebrek buiten beschouwing. De analysemethode van de omzet en huisvestingslasten blijven dichtbij de wetenschappelijke literatuur en volgen voornamelijk Tsolacos (1995) en Chung (2004).

1. Het omzetverloop van retailondernemingen in Nederland in jaar t (T_t) wordt op nationaal niveau beïnvloed door de ontwikkeling van (de samenstelling van) het bruto binnenlands product (BBP_t), het netto besteedbaar inkomen, respectievelijk de koopkracht (K_t), de bevolking (P_t), het consumentenvertrouwen (CV_t), de ontwikkeling op de woningmarkt (H_t), alsmede van verschillende algemene trends binnen de economie (Z_t). Het omzetverloop toont een zwak verband met de consumptieve bestedingen (CS_t) omdat er structureel sprake van een geleidelijk dalend aandeel van bestedingen aan goederen (CS_g) ten faveure van die aan diensten (CS_d). De verwachte beïnvloeding van de omzet vindt vertraagd plaats en deze wordt geschat op maximaal één jaar (Horst & Kranendonk, 2013; Johnson et al., 2004; Parker, 1999). In lijn met de literatuur wordt er in dit model rekening gehouden met deze vertraagde effecten. Ook wordt er getoetst of deze hypothese houdt als het omzetverloop van de verschillende retailbranches wordt onderzocht. In formulevorm:

$$\Delta T_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta X_{t-j} + \beta_2 \Delta P_{t-j} + \beta_3 \Delta CV_{t-j} + \beta_4 \Delta H_{t-j} + \sum_i^l \gamma_i \Delta Z_{i,t-j} + \varepsilon_t, \quad (1)$$

$$\Delta T_{b,t} = \beta_0 + \beta_1 \Delta X_{t-j} + \beta_2 \Delta P_{t-j} + \beta_3 \Delta CV_{t-j} + \beta_4 \Delta H_{t-j} + \sum_i^l \gamma_i \Delta Z_{i,t-j} + \gamma_b + \varepsilon_{b,t}, \quad (2)$$

$$CS_t = CS_g + CS_d, \quad (3)$$

waarbij $X_t = \{BBP_t, K_t, CS_t\}$ omdat deze drie variabelen waarschijnlijk erg gecorreleerd met elkaar zijn en waarbij $j = 0, 1$ welke geen vertraging of één jaar vertraging weergeeft van de onafhankelijke macro-economische variabelen in relatie tot de omzet. De proxies voor de algemene trends binnen de economie (Z_t) bevatten het werkloosheidspercentage, de euriborrente, bruto investeringen in vaste activa en de optelling van de in- en uitvoer van goederen en diensten. Vergelijking 1 laat het bovengenoemde verband zien op nationaal niveau. In vergelijking 2 worden de veranderingen van de omzet per branche b onderzocht waarbij rekening wordt gehouden met branche-specifieke effecten γ_b en waarbij $\Delta T_{b,t} = T_{b,t} - T_{b,t-1}$. Vergelijking 3 toont dat zowel de besteding aan goederen als de besteding aan diensten binnen de definitie van de variabele consumptieve bestedingen valt.

2. De verandering van huisvestingskosten (C_t) tonen een positief verband met omzet, inflatie (I_t) en de prestaties van de effectenbeurs (E_t), maar een negatief verband met hypotheekrente (M_t), werkloosheid (U_t) en het saldo van in- en uitgaand toerisme (LE_t). Verder zijn er andere algemene trends binnen de economie toegevoegd (Z_t). In een economisch opgaand tij is sprake van stijgende omzetten met verkrappende vraag-aanbodverhoudingen op de winkelvastgoedmarkt (DSt). Daarentegen nemen in een economisch neergaand tij omzetten af bij verruimende vraag-aanbodverhoudingen. Die ontwikkeling wordt vertraagd doorgegeven in de hoogte van de huisvestingskosten gezien de looptijd en daarmee gepaard gaande

vertraagde aanpassingsmogelijkheid van huurovereenkomsten, geschat op 2,5 jaar. In formulevorm:

$$\Delta C_{b,t} = \beta_0 + \beta_1 \Delta T_{b,t-j} + \beta_2 \Delta DS_{t-j} + \beta_3 \Delta BBP_{t-j} + \beta_4 \Delta U_{t-j} + \beta_5 \Delta M_{t-j} + \beta_6 \Delta LE_{t-j} + \sum_i \gamma_i \Delta Z_{i,t-j} + \gamma_b + \varepsilon_{b,t}, \quad (4)$$

waarbij $j = 1, 2, 3$. In vergelijking 4 wordt de verandering van de huisvestingskosten per branche b over de tijd onderzocht waarbij rekening wordt gehouden met branche-specifieke effecten γ_b .

3. In lijn met de internationale literatuur loopt de OCR tussen branches binnen de detailhandel aanzienlijk uiteen. De branches met lage winstmarges (OCRblp) tonen dientengevolge naar verwachting een lagere OCR, dan de branches met hoge winstmarges (OCRbhp). In formulevorm:

$$OCRblp_t < OCRbhp_t. \quad (5)$$

Als bijproduct wordt er ook onderzocht of het verloop van de OCR voor de branches met lage winstmarges verschilt van de branches met hoge winstmarges.

4. De impact van de internetbestedingen is niet voor alle branches gelijk. Gegeven de (licht) stijgende omzetten van supermarkten over de afgelopen jaren (Tsupt) en de beperkte aanpasbaarheid door hun langetermijnhuurcontracten²⁵ en de vooralsnog lage internetgevoeligheid zal de OCR van de supermarktenbranche (OCRsupt) daling noch stijging vertonen. Dit wordt vergeleken met de OCR van de gehele detailhandel (OCRdett) om te bepalen of er duidelijke verschillen zijn voor zowel de hoogte als de verandering over de tijd. In formulevorm:

$$OCRsupt_t < OCRdett_t. \quad (6)$$

$$\Delta OCRsupt_t = \Delta OCRdett_t. \quad (7)$$

Voor de nonfoodbranches waar de impact van internet zeer verschillend is, zal op basis van deze gegevens een tweedeling worden gemaakt. De OCR van de internetgevoelige nonfoodbranches zal vergeleken worden met de OCR van de niet-internetgevoelige branches voor zowel de hoogte als de verandering over de tijd. Naar verwachting zal de OCR van de internetgevoelige branches (OCRnfigt) heftiger stijgen bij een neergaande conjunctuur dan die van de minder internetgevoelige branches (OCRnfnigt). In formulevorm:

$$OCRnfig_t \neq OCRnfnigt_t. \quad (8)$$

$$\Delta OCRnfig_t > \Delta OCRnfnigt_t. \quad (9)$$

De bovenvermelde hypothesen worden getoetst op hun juistheid in hoofdstuk 5, waarin tevens toegelicht wordt hoe de selectie van de branches qua winstgevendheid en internetgevoeligheid heeft plaatsgevonden. In hoofdstuk 4 worden de data en de analysemethode besproken alsmede de resultaten van de beschrijvende statistiek over de ontwikkeling in de tijd van OCR, huisvestingskosten en omzet totaal en voor de branches afzonderlijk.

²⁵ Huurovereenkomsten tussen eigenaren en supermarkten hebben veelal een looptijd van 10 tot 15 jaar gegeven de ervaring van marktpartijen

4 Beschikbare data en gebruikte analysemethode

In dit hoofdstuk worden de data voor de toetsing van de hypothesen wat betreft aard, reikwijdte en kwaliteit besproken alsmede de toegepaste analysemethode.

4.1 Data

Qua analyseperiode wordt zoveel mogelijk uitgegaan van het tijdvak 2000-2013. De keuze voor deze periode heeft het voordeel dat zowel jaren van een opgaande conjunctuur als die van een neergaande c.q. stagnerende conjunctuur worden meegenomen. Voorts biedt een dergelijke tijdreeks bij voldoende beschikbare data per variabele een verhoogde kans op statistisch significante uitkomsten.

De data wat betreft bevolking, BBP, werkloosheid, in- en uitgaand toerisme, inkomen, consumptieve bestedingen, consumentenvertrouwen, in- en uitvoer van goederen en diensten, woningmarkt, detailhandelsomzet, huisvestingskosten en bedrijfsresultaat (totaal en per branche) zijn alle ontleend aan het CBS. Omzet via internet is ontleend aan Thuiswinkel.org. Data omtrent vraag-aanbodverhoudingen in de winkelvastgoedmarkt betreffen landelijke aanbod- en opnamecijfers, ontleend aan NVM en WPM. Voor de ontwikkelingen op de woningmarkt wordt het jaarlijks aantal verhuizingen, het aantal opgeleverde nieuwbouwwoningen, het aantal verkochte koopwoningen, het aantal verhuizingen en de prijsontwikkeling van bestaande koopwoningen genomen.

In Bijlage 2 is de complete lijst met variabelen opgenomen, het tijdvak waarover data beschikbaar waren en de bron.

Netto-omzet definieert het CBS als opbrengst (excl. BTW) uit verkoop van goederen en levering van diensten aan derden. Huisvestingskosten definieert deze organisatie als *'kosten voor huur, lease, reparatie, onderhoud, schoonmaak en verzekering van gebouwen en terreinen, waterverbruik, inrichting. Verder worden ook milieuheffingen en onroerendzaakbelastingen daartoe gerekend'*. Energieverbruik wordt door het CBS gedefinieerd als *'de kosten van energiedragers verbruikt voor de aandrijving van een krachtbron, voor verlichting en/of voor verwarming'*. Energiekosten zijn meegenomen omdat in een deel van de data de huisvestingskosten en energiekosten zijn samengevoegd.

Om de OCR te berekenen zijn de huisvestingskosten inclusief de energiekosten door de netto-omzet gedeeld. In de praktijk is het gangbaar dat een deel van de marketingkosten ook wordt meegenomen. CBS beschikt niet over gegevens waarin de bijdrage van retailers aan de marketingkosten van het collectief waar ze deel vanuit maken duidelijk zichtbaar zijn. De OCR die in het volgende hoofdstuk wordt gepresenteerd is dan ook zonder marketingkosten. De berekende OCR in dit paper valt daarom lager uit in vergelijking met een berekening zoals gangbaar in de praktijk. De data over omzet, bedrijfsresultaat en huisvestingslasten bleken maar voor een enkele branche beschikbaar te zijn voor de periode 2000-2013, voor de meeste branches als gevolg van ontbrekende data voor de periode 2004-2013.

Opgemerkt dient te worden zijn dat de data alleen beschikbaar zijn op het bedrijfsindelningsniveau. Dat maakt het mogelijk om de data in te delen naar verschillende retailbranches. Het CBS maakt daarvoor gebruik van de Standaard Bedrijfsindeling (SBI). Deze is in 2008 gewijzigd, waardoor aan een perfecte vergelijking in de tijd enige afbreuk

wordt gedaan. Voor een nadere toelichting zowel op de steekproefsgewijze verzameling van de data door het CBS als de niveaus binnen de onderscheiden branches wordt verwezen naar Bijlage 3 en 4.

Er is geen uitsplitsing van de data beschikbaar voor groot-, midden- en kleinbedrijf noch per locatietype of type winkelgebied. Dat beperkt noodgedwongen de reikwijdte van de uitgevoerde analyse en een vergelijking met buitenlandse data. Maar het beperkt ook de verklarende kracht van het ontwikkelde model vanuit de wetenschap dat zowel locatie/type winkelgebied als bedrijfstype van (bewezen) invloed zijn op omzet en huisvestingskosten.

4.2 Analysemethode

Ter toetsing van de geformuleerde hypothesen 1 en 2 wordt gebruik gemaakt van correlatiematrixen en meervoudige regressieanalyses. Daarmee kan een (lineaire) relatie worden aangetoond tussen de onafhankelijke variabelen en de afhankelijke variabelen. Voor een nadere toelichting op de essentialia van deze techniek wordt verwezen naar Hair et al. (2009). De gebruikte regressieanalyse volgt in grote lijnen Tsolacos (1995) en Chung (2004). Zij onderzoeken de verschillen tussen – en dus niet de hoogte van – de afhankelijke en onafhankelijke variabelen om problemen als *unit root* te vermijden²⁶. In hoofdstuk 3 zijn in de vergelijkingen die variabelen benoemd. Het onverklaarde deel in de formule (ϵ) bestaat uit alle overige kenmerken die de te verklaren variabele beïnvloeden, maar niet zijn meegenomen. Met behulp van de zgn. voorwaartse stappenprocedure is berekend welke onafhankelijke variabelen afzonderlijk en gezamenlijk welk percentage aan verklaarde variantie opleveren.

Voor de hypothesen 3 en 4 wordt volstaan met beschrijvende statistiek en daarbij behorende t-toetsen. Met een t-toets kan men inzichtelijk maken of de hoogte of het verloop over tijd van twee reeksen (denk aan een vergelijking tussen de OCR van branches met lage en hoge winstmarges) significant verschillend van elkaar zijn.

De historische ontwikkeling van de OCR en die van haar beide componenten huisvestingskosten en omzet, totaal en per branche, wordt op basis van de verzamelde data gepresenteerd in de volgende paragraaf.

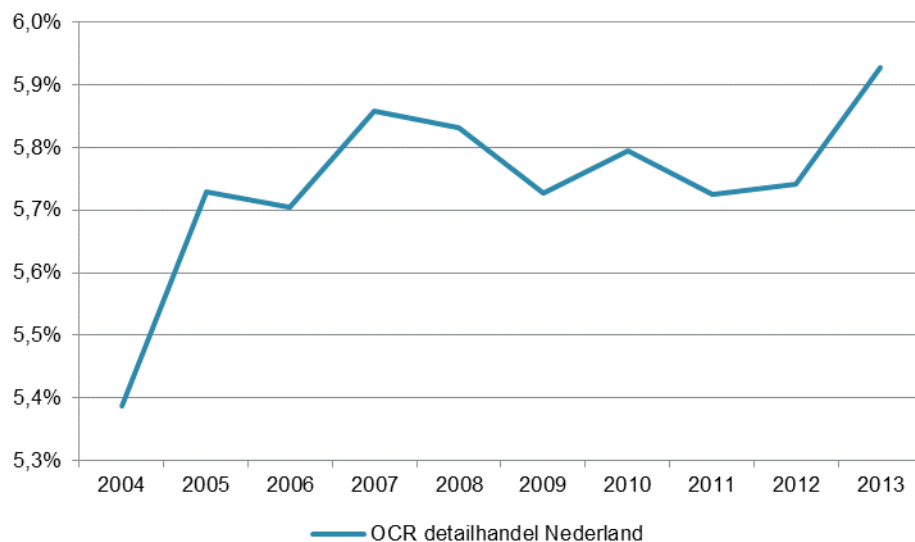
4.3 Beschrijvende statistiek

De ontwikkeling van de OCR voor de detailhandel in Nederland wordt getoond in grafiek 4.1. Deze toont een stijging van ongeveer 0.45 procentpunten tussen 2004 en 2007. Na 2007 neemt de OCR licht af tot 2012 om daarna fors te stijgen. In 2013 bedroeg de OCR voor de gehele detailhandel 5.9%, tien jaar eerder was dat nog 5,4%.

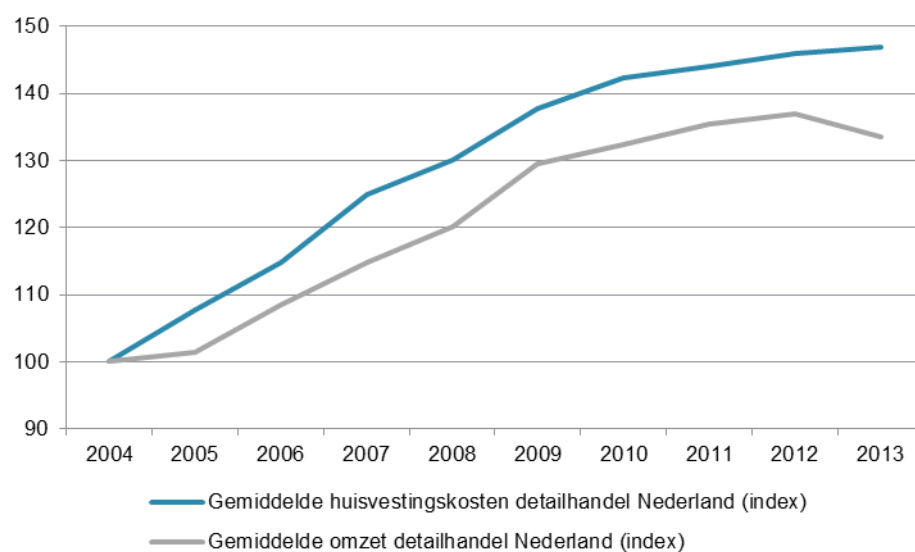
Om een duidelijker beeld te krijgen van de achterliggende factoren wordt gekeken naar de ontwikkeling van de componenten huisvestingskosten en omzet van de detailhandel. Deze wordt getoond in grafiek 4.2 met behulp van indexcijfers om onderlinge vergelijking mogelijk te

²⁶ *Unit root* is een (wiskundig) modeltechnisch begrip dat te maken heeft met tijdreeksanalyse en voor moeilijkheden zorgt met betrekking tot inferentie.

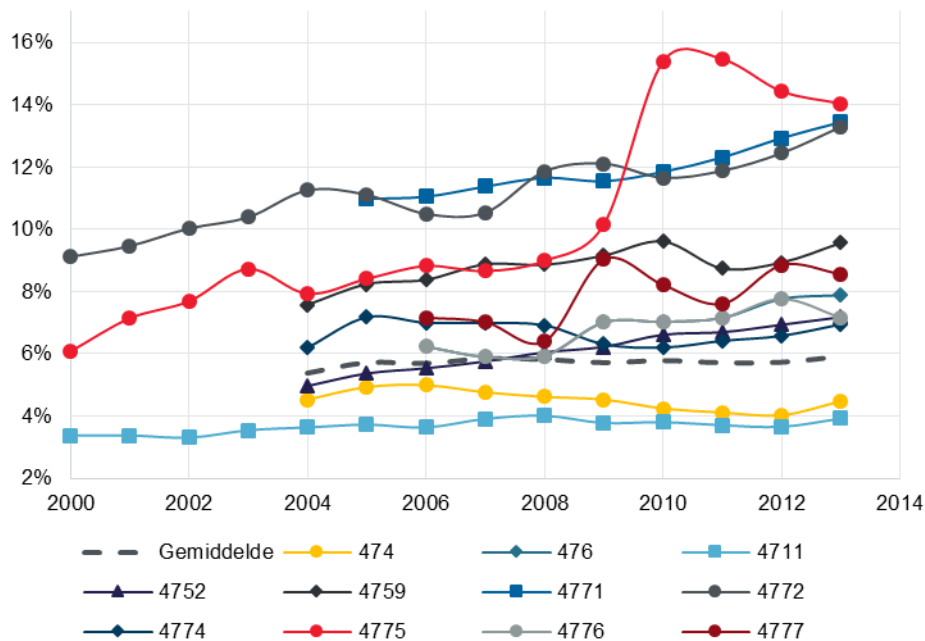
maken. De betreffende grafiek maakt duidelijk dat beide grootheden flink zijn gestegen vanaf 2004, maar dat de groei van de omzet vooral achtergebleven is bij die van de huisvestingskosten vanaf 2009. Het verschil is sindsdien verder toegenomen.



Grafiek 4.1. De OCR voor de detailhandel in Nederland 2004-2013 (Bron: CBS/eigen bewerking).



Grafiek 4.2. Indices voor de gemiddelde huisvestingskosten en omzet in Nederland tussen 2004 en 2013 (2004=100; Bron: CBS/thuiswinkel.org/eigen bewerking).

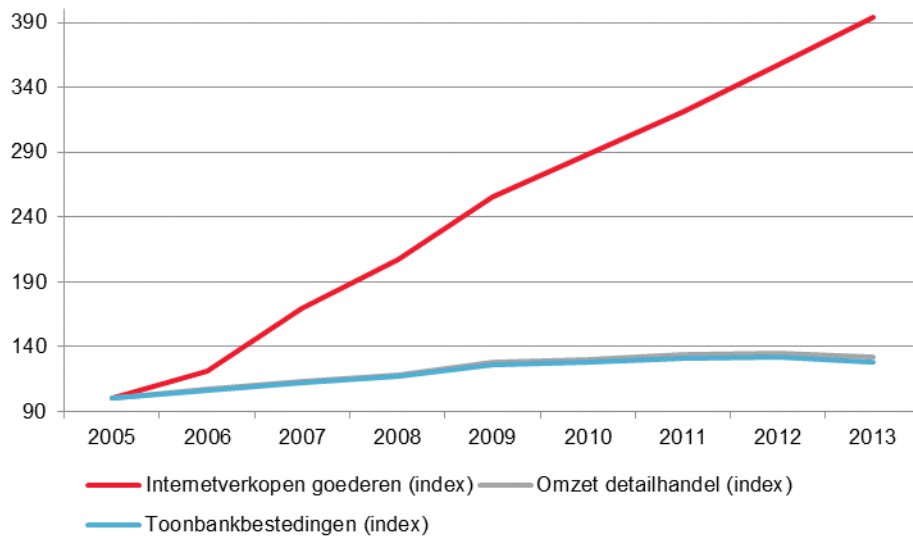


Grafiek 4.3. De OCR per branche in Nederland 2000-2013 (Bron CBS/eigen bewerking).

De vorige exercitie kan ook voor een aantal branches uitgevoerd worden. Dat levert een beeld op van de verschillen tussen de branches. In lijn met de literatuur toont grafiek 4.3 hoezeer de OCR tussen de branches uiteenloopt. Duidelijk onder het gemiddelde scoren supermarkten (4711) en electronicawinkels (474); winkels die parfum en cosmetische producten (4775), kleding/textiel (4771) en schoenen/lederwaren (4772) verkopen scoren duidelijk boven het gemiddelde.

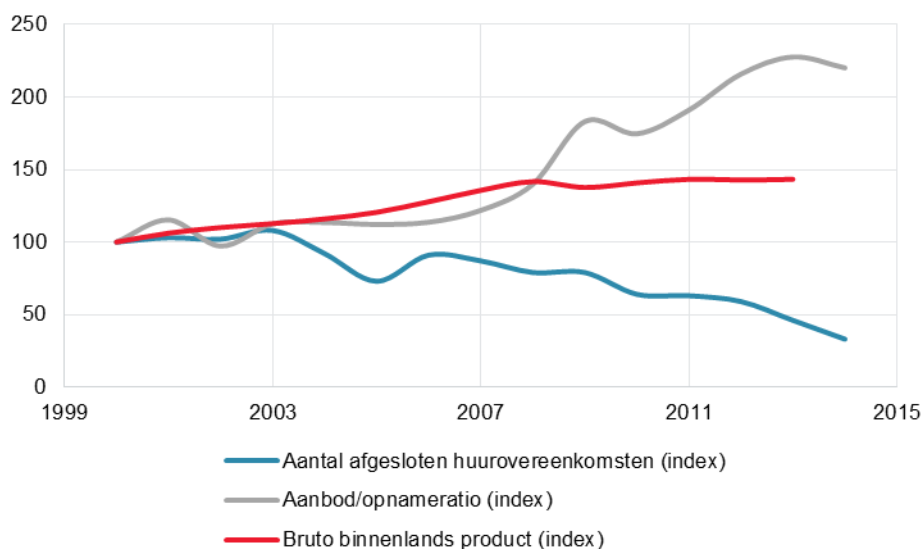
De ontwikkeling van de OCR door de tijd per branche loopt sterk uiteen. Toont een enkele branche een overwegend rechte lijn (474), andere laten een overwegend stijgende ontwikkeling zien (475, 4752, 4759, 4771, 4772, 4775, 4776), terwijl weer andere een wisselend verloop tonen (4711, 4774, 4777). De betreffende grafieken waar de OCR is opgesplitst in huisvestingskosten en omzet zijn opgenomen in Bijlage 4. Deze grafieken tonen nog sterker aan dat er flinke verschillen zijn in de ontwikkeling van de huisvestingskosten en omzet tussen de branches.

Er is bewust geen hypothese opgesteld over het effect van internetverkoop op de omzet behaald in de fysieke winkel, ook wel toonbankbestedingen genoemd. Om datatechnische redenen is daarvan afgezien. Door het CBS is het afgelopen decennium bij de vraag aan ondernemingen naar de omzet geen onderscheid gemaakt tussen de online behaalde omzet en die behaald in de fysieke winkel.. Weliswaar zijn uit een andere bron, te weten thuiswinkel.org, data over internetbestedingen beschikbaar. Onduidelijk is echter of deze cijfers op identieke wijze verkregen zijn als het CBS. Volstaan wordt daarom met de presentatie van grafiek 4.4 waarbij getoond wordt hoezeer de ontwikkeling van de internetverkoop voor goederen zich in positieve zin onderscheidt van die van totale detailhandel.



Grafiek 4.4. Indices voor de internetverkoop, detailhandelomzet en toonbankbestedingen in Nederland tussen 2005 en 2013 (2005=100; Bron:CBS/eigen bewerking).

Tenslotte een opmerkelijke observatie over het verloop van de twee vastgoedvariabelen en de conjunctuur. Uit grafiek 4.5 wordt het duidelijk dat het aantal huurovereenkomsten vanaf 2000 tot en met 2003 aanvankelijk is gestegen maar sindsdien successievelijk is gedaald. De teruggang van deze indicator is eerder ingezet dan de teruggang van de Nederlandse economie. Daarnaast blijkt dat de aanbod/opnameratio op de winkelvastgoedmarkt gestegen is vanaf 2006. Ook hier kan worden vastgesteld dat het verruimende aanbod eerder optreedt dan de neergang van de conjunctuur in 2008. Een t-toets toont aan dat het verloop van de huurovereenkomsten en het bruto binnenlands product significant verschillend zijn van elkaar tussen 2000 en 2013, maar het verloop van de aanbod/opnameratio en het bruto binnenlands product zijn niet significant verschillend van elkaar tussen 2000 en 2013. Dit geeft nogmaals aan dat het lastig is om de conjunctuur te voorspellen gegeven enkele vastgoedvariabelen



Grafiek 4.5. Indices voor de afgesloten huurovereenkomsten en vraag en aanbodverhouding op de winkelvegoedmarkt, en het bruto binnenlands product in Nederland tussen 2000 en 2014 (2000=100; Bron: CBS/eigen bewerking).

Noot: T-waarde tussen de verandering van de afgesloten huurovereenkomsten en het bruto binnenlands product is -6.88. T-waarde tussen de verandering van de aanbod/opnameratio en het bruto binnenlands product is 1.35.

5 Resultaten van de analyse

In dit hoofdstuk worden de geaggregeerde gegevens op brancheniveau over de omzet en de huisvestingskosten van de Nederlandse retailondernemingen geanalyseerd en geconfronteerd met de geformuleerde hypothesen uit paragraaf 3.2. Voor een aantal hypothesen worden standaard regressiemodellen gebruikt om de relatie tussen de afhankelijke en de belangrijkste onafhankelijke variabelen inzichtelijk te maken waarbij wordt gecontroleerd voor een aantal nationale onafhankelijke variabelen. De overige hypothesen worden geanalyseerd door middel van simpele t-toetsen om te zien of de waardes en verloop van de OCR significant afwijken tussen verschillende (groepen) branches.

De eerste hypothese beschrijft een verband tussen het omzetverloop van de detailhandel in Nederland en een aantal nationale grootheden, zoals bevolking, BBP, renteniveau, koopkracht, consumentenvertrouwen, de ontwikkeling op de woningmarkt en algemene trends binnen de economie. Tabel B.5.1. in Bijlage 5 toont de correlatiematrix voor de genoemde variabelen op detailhandel/nationaal niveau. Het omzetverloop van de detailhandel in Nederland vertoont zoals verwacht hoge positieve correlaties met de meeste van deze nationale grootheden, behalve consumentenvertrouwen. Gezien het aantal observaties en de hoge correlaties kunnen er op dit niveau geen redelijke lineaire regressies worden uitgevoerd. Dit is echter wel mogelijk als we de eerste hypothese testen voor het omzetverloop van de verschillende retailbranches in Nederland. Het is op voorhand niet duidelijk in hoeverre de nationale grootheden invloed hebben op het omzetverloop van verschillende retailbranches en of deze invloed hetzelfde effect heeft op het omzetverloop voor elke branche.

Tegengesteld aan het omzetverloop van de gehele detailhandel zien we tussen de omzet van verschillende branches in Nederland geen correlatie met de nationale grootheden. Dit is weergegeven in Tabel B.5.2 in Bijlage 5. Om een duidelijker beeld te geven van de relaties tussen de omzet van de verschillende branches en de overige variabelen wordt een standaard regressiemodel gebruikt waarbij de methodes van Tsolacos (1995) en Chung (2004) grotendeels gevolgd worden. Met deze methode wordt er onderzocht of er een relatie is tussen de verschillen in omzet over de tijd en de verschillen van de nationale grootheden over de tijd voor de verschillende branches. Gezien de beperkingen van de data (denk aan de korte tijdreeks, dat er geen verschillen tussen landsdelen/provincies kunnen worden geobserveerd, geen informatie is over de locatietypen dan wel bedrijfstypen, et cetera) moet men er van bewust zijn dat dit een eerste stap is richting een degelijk verklarend model waar nog veel aan te verbeteren is.

Tabel 5.1 toont de resultaten van drie verschillende specificaties als we de verschillen in omzet per branche over de tijd onderzoeken zonder vertragingeffecten van de onafhankelijke variabelen. Van de onafhankelijke variabelen zijn de verschillen over de tijd opgenomen in het regressiemodel zoals dat gebruikelijk is in de wetenschappelijke literatuur (Chung, 2004; Tsolacos, 1995). De verschillen in nationale grootheden vertonen geen significante relaties met de verschillen in omzet van de branches. Ook hier zijn prijzen gedeefleerd en gecontroleerd voor verschillende branches. De coëfficiënten van de verschillende branches laten een interessant resultaat zien. Het omzetverloop over de tijd van alle branches is ongeveer gelijk aan de referentiecategorie (474: consumentenelektronica), behalve voor supermarkten. Het omzetverloop van de supermarktenbranche tussen 2004 en 2013 is groter dan dat van de referentiecategorie.

Tabel 5.1. Resultaten meervoudige regressieanalyse met Δ omzet als afhankelijke variabele en zonder vertraagde onafhankelijke variabelen (2004-2013)

Vertraging van de onafhankelijke variabelen Variabelen	(1) (j=0)		(2) (j=0)		(3) (j=0)	
	coef	se	coef	se	coef	se
Δ Bruto binnenlands product (in mln €)	-0.057	(0.06)				
Δ Netto besteedbaar inkomen (in €)			-0.292	(0.351)		
Δ Consumentenbestedingen (in mln €)					-0.026	(0.034)
Δ Inwonertal Nederland (#)	-0.0162	(0.022)	-0.00198	(0.008)	0.00206	(0.004)
Δ Consumentenvertrouwen	-4.847	(11.93)	11.880	(7.701)	5.29	(3.442)
Δ Verkochte bestaande woningen (#)	-0.0143	(0.013)	-0.013	(0.013)	-0.01	(0.009)
Δ Werkloosheidspercentage (%)	-234.200	(149.2)	-152.600	(213.4)	-148.90	(230.6)
Δ Euribor rente (%)	-5.395	(144.3)	246.600	(199.9)	168.30	(128.3)
Δ Bruto investeringen in vaste activa (in mln €)	0.013	(0.044)	-0.025	(0.02)	-0.01	(0.027)
Δ Invoer + uitvoer van goederen en diensten (in mln €)	0.008	(0.011)	0.000	(0.003)	0.00	(0.003)
SBI code 476	145.7	(254.2)	144.8	(254.8)	144.2	(255.2)
SBI code 4711	1225.0 ***	(424)	1224.0 ***	(425.1)	1223.0 ***	(425.8)
SBI code 4752	176.0	(240.2)	176.0	(240.9)	176.0	(241.4)
SBI code 4759	98.4	(217.1)	98.4	(218)	98.4	(218.6)
SBI code 4771	359.9	(252.9)	360.7	(253.2)	361.1	(253.5)
SBI code 4772	7.9	(225.2)	6.8	(226.5)	6.4	(227.4)
SBI code 4774	59.6	(214.4)	59.6	(215.1)	59.6	(215.6)
SBI code 4775	-6.6	(226.2)	-7.7	(227.6)	-8.1	(228.6)
SBI code 4776	-49.4	(226.7)	-50.3	(227.4)	-50.9	(227.9)
SBI code 4777	-36.3	(245.1)	-37.2	(245.7)	-37.8	(246.1)
Constante	1822.0	(2021)	470.7	(689.1)	158.8	(376.9)
Gedefleerd met consumentenprijsindex	JA		JA		JA	
Observaties	95		95		95	
Adjusted R ²	0.369		0.368		0.368	

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

Tabel 5.2 is een uitbreiding van Tabel 5.1 en toont de resultaten van de drie verschillende specificaties als het vertragingseffect van één jaar van de onafhankelijke variabelen wel wordt meegenomen. De resultaten zijn vergelijkbaar met Tabel 5.1 met de opmerking dat het verschil in consumentenvertrouwen van één jaar eerder en het verschil in de Euribor rente van één jaar eerder een zwak negatief verband toont met het verschil in omzet in de huidige periode.

Tabel 5.2. Resultaten meervoudige regressieanalyse met Δ omzet als afhankelijke variabele en vertraagde onafhankelijke variabelen (2004-2013)

Vertraging van de onafhankelijke variabelen Variabelen	(1) (j=1)		(2) (j=1)		(3) (j=1)	
	coef	se	coef	se	coef	se
Δ Bruto binnenlands product (in mln €)	-0.026	(0.04)				
Δ Netto besteedbaar inkomen (in €)			-0.150	(0.236)		
Δ Consumentenbestedingen (in mln €)					-0.015	(0.023)
Δ Inwonertal Nederland (#)	-0.010	(0.019)	-0.004	(0.012)	-0.001	(0.01)
Δ Consumentenvertrouwen	-21.480	(14.17)	-13.680 *	(7.67)	-17.190 *	(9.251)
Δ Verkochte bestaande woningen (#)	0.006	(0.013)	0.006	(0.013)	0.008	(0.01)
Δ Werkloosheidspercentage (%)	-230.900	(226.4)	-197.300	(246.6)	-195.600	(247.8)
Δ Euribor rente (%)	-379.200 **	(189.5)	-257.100	(158.7)	-294.800 **	(143.8)
Δ Bruto investeringen in vaste activa (in mln €)	0.045	(0.035)	0.027	(0.018)	0.035	(0.023)
Δ Invoer + uitvoer van goederen en diensten (in mln €)	0.002	(0.008)	-0.001	(0.003)	-0.001	(0.003)
SBI code 476	145.6	(255.1)	145.6	(255.1)	145.6	(255.1)
SBI code 4711	1313.0 ***	(445)	1313.0 ***	(445)	1313.0 ***	(445)
SBI code 4752	176.0	(239.7)	176.0	(239.7)	176.0	(239.7)
SBI code 4759	98.4	(216.3)	98.4	(216.3)	98.4	(216.3)
SBI code 4771	357.1	(255)	357.1	(255)	357.1	(255)
SBI code 4772	4.7	(227)	4.7	(227)	4.7	(227)
SBI code 4774	59.6	(213.6)	59.6	(213.6)	59.6	(213.6)
SBI code 4775	-18.9	(227.4)	-18.9	(227.4)	-18.9	(227.4)
SBI code 4776	-49.4	(225.4)	-49.4	(225.4)	-49.4	(225.4)
SBI code 4777	-36.4	(244)	-36.4	(244)	-36.4	(244)
Constante	1052.0	(1407)	471.2	(675.8)	314.3	(574.6)
Gedefleerd met consumentenprijsindex	JA		JA		JA	
Observaties	92		92		92	
Adjusted R ²	0.387		0.387		0.387	

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

Uit de regressieanalyse wordt het helaas niet duidelijk hoe het omzetverloop bepaald wordt op het niveau van de branches. We kunnen wel concluderen – zelfs met de beperkte data en de regressiemethode – dat de nationale grootheden geen eenduidige relatie vertonen met het omzetverloop van de verschillende retailbranches. Ofwel, als de nationale grootheden invloed hebben op de verschillende retailbranches is deze invloed verschillend voor de retailbranches. Een volgende stap is om te onderzoeken in welke mate de nationale grootheden invloed hebben op de omzetprestaties van elke branche afzonderlijk. Voor elke branche is er een correlatiematrix gemaakt met de gebruikte variabelen, waarin flinke verschillen te zien zijn tussen branches.²⁷ Helaas is het niet mogelijk – gegeven de data (~10 observaties per branche) – een regressieanalyse uit te voeren per branche.

²⁷ In een Excel file staan alle correlatiematrices van elke branche afzonderlijk. Deze zijn bij de auteurs opvraagbaar.

Tabel 5.3. Resultaten meervoudige regressieanalyse met verschillen in huisvestingskosten (in mln €) als afhankelijke variabele (2004-2012)

Vertraging van de onafhankelijke variabelen Variabelen	(1) (t-1)		(2) (t-2)		(3) (t-3)	
	coef	se	coef	se	coef	se
Δomzet (in mln €)	0.0033	(0.008)	-0.007	(0.007)	-0.005	(0.013)
Δ(Aanbod/opnameratio)	-5445**	(2501)	.		.	
ΔBruto binnenlands product	-0.121**	(0.055)	0.0025*	(0.001)	-0.00076	(0.003)
ΔWerkloosheid (%)	-1001**	(457.3)	-4.541	(15.22)	.	
ΔEuriborrente (%)	592.7**	(271.9)	16.880	(30.42)	0.621	(28.46)
ΔBeurswaarde (in mln €)	-0.0030**	(0.0014)	0.00011***	(3.8e-05)	-4.13e-06	(4.9e-05)
Δhypotheekrente (%)	-54.870**	(23.67)	19.230	(16.08)	-23.860	(15.32)
ΔBruto investeringen in vaste activa (in mln €)	-0.023**	(0.011)	-0.0051	(0.006)	0.00202	(0.004)
ΔInvoer + uitvoer van goederen en diensten (in mln €)	0.003**	(0.002)	-0.00013	(0.00016)	-1.03e-05	(0.00034)
SBI code 476 (Ref: 474)	26.060	(22.63)	40.520	(25.09)	18.250	(14.84)
SBI code 4711	53.640***	(19.34)	79.760***	(22.03)	78.190***	(21.4)
SBI code 4752	20.940	(15.38)	30.950**	(14.83)	31.840*	(17.15)
SBI code 4759	20.610	(15.81)	26.260*	(14.48)	22.170	(15.4)
SBI code 4771	75.550***	(19.32)	92.390***	(20.89)	92.950***	(26.6)
SBI code 4772	9.964	(14.39)	19.620	(11.99)	18.620	(12.78)
SBI code 4774	5.855	(14.26)	15.820	(12.62)	18.760	(12.61)
SBI code 4775	6.563	(14.99)	17.450	(13.79)	14.620	(14.11)
SBI code 4776	3.899	(13.2)	10.590	(11.75)	10.140	(11.41)
SBI code 4777	2.789	(14.65)	11.510	(14.13)	17.960*	(10.63)
Constante	3264.000**	(1498)	-37.120	(26.74)	4.648	(54.97)
Gedefleerd met consumentenprijsindex	JA		JA		JA	
Observaties	84		73		62	
Adjusted R ²	0.404		0.460		0.490	

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.1

Voor de tweede hypothese wordt getoetst of de huisvestingskosten op brancheniveau een relatie hebben met vertraagde omzetgegevens op brancheniveau en enkele nationale grootheden, zoals inflatie, hypotheekrente, prestaties van de effectenbeurs, werkloosheid, verkrappende vraag-aanbodverhoudingen op de winkelvastgoedmarkt, et cetera. Naast het vertraagd doorwerken van genoemde macrovariabelen worden huurcontracten van retailondernemingen veelal voor langere tijd vastgesteld. Vandaar dat een vertraging van de onafhankelijke variabelen wordt gesuggereerd in de wetenschappelijke literatuur (Chung, 2004; Tsolacos, 1995).

In Tabel 5.3 worden resultaten getoond die de verschillen in huisvestingskosten over de tijd onderzoekt. De wetenschappelijke literatuur suggereert dat de vertraging van de onafhankelijke variabelen tussen de één en drie jaar moet zijn. Vandaar dat er gekozen is om naar drie specificaties te kijken, elk met een andere vertraging van de onafhankelijke variabelen. De resultaten tussen de drie specificaties zijn erg verschillend. In Kolom 1 van Tabel 5.3 zien we vele significante coëfficiënten. Met uitzondering van het verschil in BBP en het verschil in beurswaarde, verdwijnen alle significante resultaten in Kolom 2. In Kolom 3 verdwijnen alle significante resultaten van de branche/nationale grootheden. De verandering

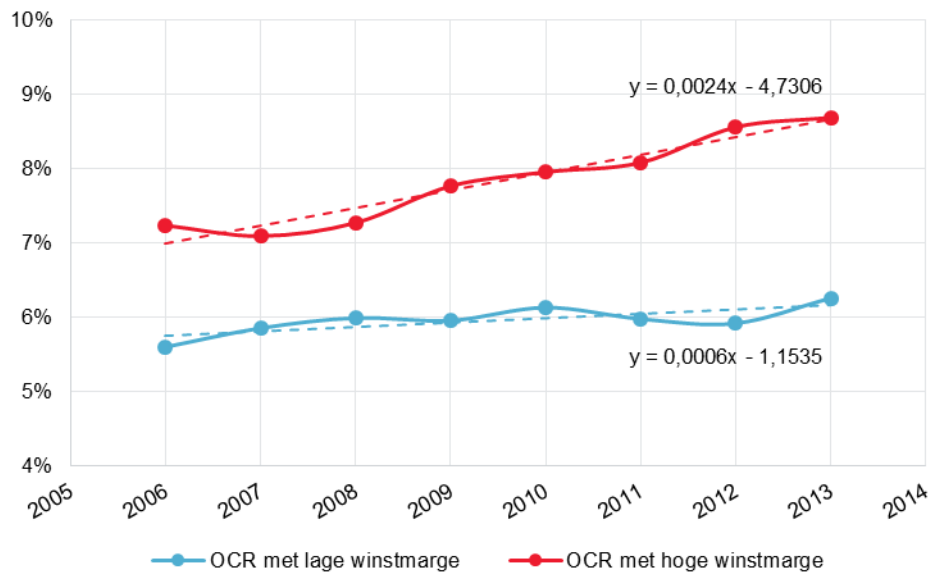
van de huisvestingskosten tussen branches lijkt over het algemeen gelijk te zijn aan die van de referentiecategorie (474: consumentenelektronica), behalve voor de supermarkten- en kleding/textielbranche.

Uit de regressieanalyse wordt niet geheel duidelijk hoe groot het effect van de verschillende factoren de verschillen in huisvestingskosten op brancheniveau kunnen verklaren. Het lijkt wel duidelijk te zijn dat de verschillen in omzet geen invloed hebben op de verschillen in huisvestingskosten voor alle specificaties. Ook hier – net zoals bij de analyse van de omzet – lijken de onafhankelijke variabelen geen eenduidige relatie te hebben met de verschillende branches. Dezelfde onderzoeksstrategie en bijbehorende problemen die hierboven worden besproken (bij het verklaren van de omzet op brancheniveau) zijn ook van toepassing op de huisvestingskosten.

De derde hypothese betreft de relatie tussen de mate van winstgevendheid per branche en de hoogte van de OCR. Hoewel zeker de laatste jaren de winstgevendheid van alle branches onder druk staat, is het desalniettemin interessant na te gaan of er een relatie bestaat tussen de hoogte en veranderingen van de OCR van branches met lage en hoge winstmarges. Allereerst moet vastgesteld worden welke branches binnen de groep van lage en welke binnen de groep van hoge winstmarges horen. Er is gekozen om de branches in te delen naar de gemiddelde winstmarges tussen 2006 en 2013. De branches met een gemiddelde winstmarge onder de 6% vallen in de groep met lage winstmarges en de branches hierboven vallen in de groep hoge winstmarges. De uiteindelijke indeling is als volgt:

- Laag: Consumentenelektronica (474), supermarkten (4711), winkels in overige huishoudelijke artikelen (4759), kleding/textiel (4771);
- Hoog: Recreatiewinkels (476), doe-het-zelf winkels (4752), schoen- en lederwaren (4772), drogisterijen (4774), parfumerieën (4775), bloemen- en dierenwinkels en tuincentra (4776), juweliers (4777).

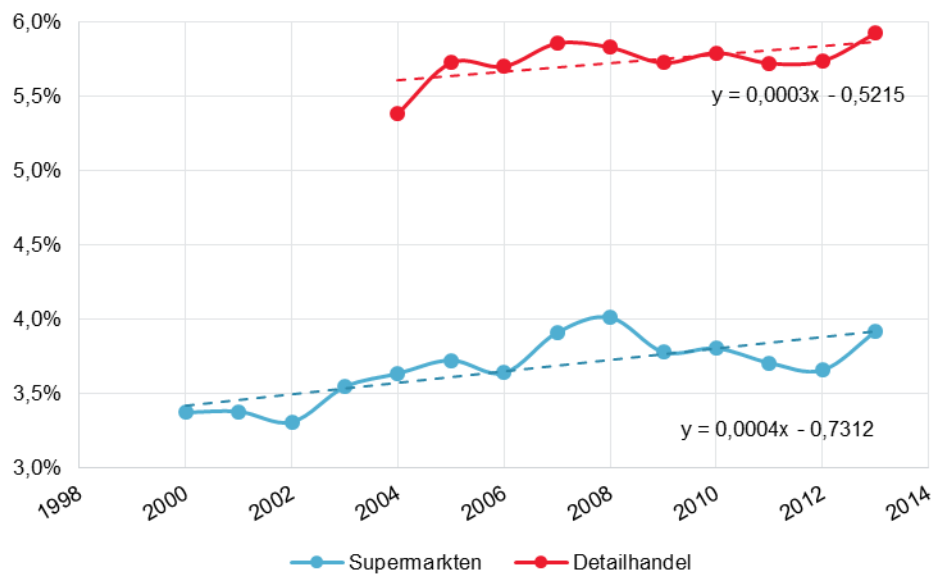
In Bijlage 6 wordt voor elke branche de OCR en winstmarges over de tijd getoond met de daarbij behorende correlatiecoëfficiënt. Om tot een OCR per groep te komen is er voor gekozen om een gewogen gemiddelde te gebruiken waarbij de omzet van de branche is gekozen als gewicht. Dit betekent dat de branches met een hogere omzet een hoger gewicht krijgen voor het berekenen van het gemiddelde van de OCR. Dit resulteert in een gewogen gemiddelde van de OCR voor de twee groepen. Deze zijn afgebeeld in grafiek 5.1. De t-waardes geven aan of de twee groepen significant verschillend zijn van elkaar. Met meer dan 95% zekerheid kan er gesteld worden dat de relatief winstgevende branches ook een relatief hogere OCR laten zien dan branches met een lage procentuele winstgevendheid. Het verloop van de OCR tussen de twee groepen is niet significant verschillend van elkaar.



Grafiek 5.1. Gewogen gemiddelde van de OCR tussen branches met lage en hoge winstmarges (Bron CBS/eigen bewerking).

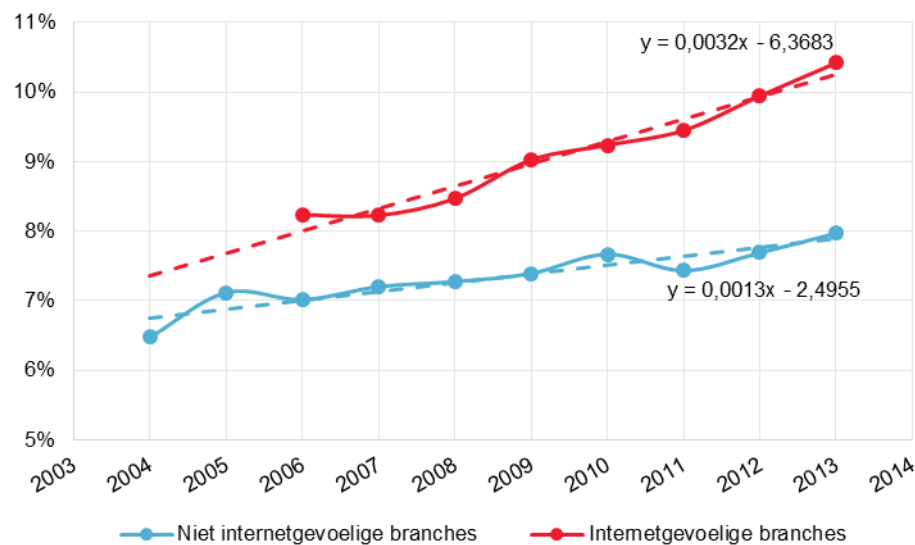
Noot: T-waarde tussen de hoogte van de OCR van de lage en hoge winstmarge groep is -8.34. T-waarde tussen de verandering van de OCR over de tijd van lage en hoge winstmarge groep is -0.55.

De vierde hypothese benadrukt de invloed van internetbestedingen op de retailbranches. Allereerst wordt er een verschil gemaakt tussen de food- en nonfoodbranches. Er wordt verondersteld dat de supermarktbranche nauwelijks hinder ondervindt van de toenemende internetbestedingen. Als we de supermarktbranche vergelijken met de gehele detailhandel in Nederland zien we dat de hoogte van de OCR wel degelijk een groot verschil laat zien met de gehele detailhandel. De hoge t-waarde die een significant verschil aantoont tussen de OCR van de supermarkten en de gehele detailhandel is dus ook geen verrassing. Het verloop van de OCR tussen de supermarktbranche en de gehele detailhandel is zwak significant. Met een significantieniveau van 90% is de verandering van de OCR in de supermarktbranche significant verschillend van de gehele detailhandel, maar dit geldt niet meer als er een significantieniveau van 95% wordt aangehouden



Grafiek 5.2. Ontwikkeling OCR foodbranche t.o.v. de gehele detailhandel in Nederland.

Noot: T-waarde tussen de hoogte van de OCR van supermarkten en van de gehele detailhandel is -31.84. T-waarde tussen het verloop van de OCR van de supermarkten branche t.o.v. het gemiddelde verloop van de OCR in de gehele detailhandel is -1.85.



Grafiek 5.3. Gewogen gemiddelde van de OCR van niet-internetgevoelige en internetgevoelige nonfoodbranches in Nederland.

Noot: T-waarde tussen de hoogte van de OCR van niet-internetgevoelige en internetgevoelige nonfoodbranches is -5.51. T-waarde tussen het verloop van de OCR van de niet-internetgevoelige branches t.o.v. de internetgevoelige branches is -1.19.

Voor de nonfoodbranches wordt gesteld dat de internetgevoelige branches heftiger gereageerd hebben tijdens de stijging van internetbestedingen en bij de neergaande conjunctuur dan de niet-internetgevoelige branches. Allereerst moet vastgesteld worden welke

branches binnen de groep van internetgevoelig en welke binnen de groep van niet-internetgevoelig horen. Er is gekozen om de branches als volgt in te delen (deels wordt Erich (2014) gevolgd):

- Internetgevoelig: Consumentenelektronica (474), recreatiewinkels (476), Kleding/textiel (4771), schoen- en lederwaren (4772), parfumerieën (4775), juweliers (4777).
- Niet-internetgevoelig: Supermarkten (4711), doe-het-zelf winkels (4752), winkels in overige huishoudelijke artikelen (4759), drogisterijen (4774), bloemen- en dierenwinkels en tuincentra (4776).

Over deze indeling kan redelijkerwijs gediscussieerd worden. Er zijn voor sommige branches verschillende argumenten om ze wel of niet in te delen in de internetgevoelige groep. Om tot een OCR per groep te komen is er voor gekozen om een gewogen gemiddelde te gebruiken waarbij de omzet van de branche is gekozen als gewicht zoals hierboven ook is gebeurd bij grafiek 5.1. Vervolgens vergelijken we de OCR van beide groepen in grafiek 5.3. Met meer dan 95% zekerheid kan er gesteld worden dat de internetgevoelige branches een relatief hogere OCR laten zien dan niet-internetgevoelige branches. Het verloop van de OCR tussen de twee groepen verschilt niet significant.

6 Conclusie en aanbevelingen

6.1 Conclusie

De vraag die in dit paper centraal stond luidde: *Wat is bekend over de OCR van Nederlandse retailondernemingen?* Het uitgevoerde onderzoek was deels verkennend, deels toetsend van aard. De belangrijkste uitkomsten van deze verkenning zijn de volgende:

1. Strikt genomen is zowel in de Nederlandse als in de internationale literatuur beperkte aandacht voor de OCR. Wordt de focus evenwel gericht op de onderliggende grootheden, te weten huisvestingskosten en omzet van retailondernemingen, dan krijgen beide onderwerpen ruime aandacht zowel vanuit wetenschappelijk perspectief als vanuit de praktijkgerichte invalshoek. Vooral de factoren die op een van beide grootheden van invloed zijn, vormen veelvuldig onderwerp van onderzoek als ook de ontwikkeling in de tijd en de consequenties voor de waarde van retailvastgoed.

2. Het beschikbare bronnenmateriaal laat zien dat naast de aard van de branche het type winkelgebied duidelijk van invloed is op de hoogte van de OCR. De OCR van retailers met bulkgoederen (zgn. power centres) ligt het laagst, die van stadscentra het hoogst, die van buurt- en regionale winkelcentra zit daar tussenin. Die verschillen hangen vermoedelijk samen met de verschillen in vloerproductiviteit en in samenhang daarmee met verschillen in branchesamenstelling. Verder blijkt de OCR ook tussen de continenten nogal uiteen te lopen: relatief hoog in Australië, relatief laag in Continentaal Europa waarbij de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk zich tussen beide uitersten bevinden. Over oorzaken voor die verschillen ontbreken of zijn aanleiding tot betwiste veronderstellingen. Andere factoren die op de OCR van invloed zijn, zowel ruimtelijke als niet ruimtelijke, komen in de literatuur wel aan de orde, maar deugdelijk (statistisch) bewijs daarvoor blijft veelal achterwege.

3. De OCR fungeert voor vastgoedbeleggers als een van de indicatoren van het bedrijfsmatig functioneren van huurders binnen hun portefeuille. Jaarverslagen van enkele internationale vastgoedbeleggers bevatten korte tijdreeksen wat de ontwikkeling van de OCR in winkelcentra in een aantal landen buiten Nederland betreft. Hoewel een mogelijk verband bestaat tussen de ontwikkeling van de nationale economie dan wel consumentenbestedingen en die van de OCR wordt die relatie in de betreffende documenten niet gelegd noch met andere factoren.

4. De data van het CBS maken een analyse van de OCR van in Nederland opererende retailondernemingen in zeer beperkte mate mogelijk, nl alleen een vergelijking van de genoemde ratio tussen branches merendeels voor het tijdvak 2004-2013. Die vergelijking levert voor de onderzochte 11 branches en de detailhandel in zijn algemeenheid uiteenlopende resultaten op. Zeven branches vertonen een toename van de OCR, één een stabiel verloop, terwijl drie een wisselend beeld te zien geven. Voor de detailhandel in zijn geheel vertoont de OCR een stijgend verloop. Het doen van onderbouwde uitspraken over verschillen tussen landsdelen/provincies, locatietypen dan wel bedrijfstypen is door de beperkte databeschikbaarheid niet mogelijk gebleken.

5. Getracht is de onderliggende componenten van de OCR, huisvestingskosten en omzet, in relatie te brengen met macro-economische factoren met behulp van een verklarend regressiemodel. Dit bleek zeer ambitieus te zijn gegeven de beperkingen van de data.

Een korte opsomming van de problemen zijn als volgt:

- Korte tijdreeks (~10 observaties per branche)
- Geen informatie over landsdelen/provincies met betrekking tot de OCR
- Geen informatie over de locatietypen dan wel bedrijfstypen
- Andere variabelen die wel van invloed zijn op brancheniveau maar niet geobserveerd konden worden door de onderzoekers

6. Gegeven de beperkingen van de data is een eerste stap gezet richting een verklarend model. De bevindingen zijn dat er hoge correlaties worden geobserveerd tussen belangrijke macro-economische factoren (bruto binnenlands product, besteedbaar inkomen, consumptieve bestedingen), de huisvestingskosten en de omzet van de gehele detailhandel. De correlaties tussen deze macro-economische factoren en de onderliggende componenten van de OCR voor de verschillende branches zijn daarentegen zeer verschillend. Een regressieanalyse van verschillende nationale grootheden die de onderliggende componenten van de OCR moet verklaren leert dat de macro-economische factoren geen eenduidige relatie lijken te hebben met de huisvestingskosten en de omzet voor alle branches. Ofwel, de macro-economische factoren lijken een verschillende invloed te hebben op verschillende branches. Beperkingen met betrekking tot de data (~10 observaties per branche) zorgen ervoor dat er niet precies uitgezocht kan worden met behulp van een verklarende regressieanalyse wat de invloed is van de verschillende macro-economische factoren per branche.

6.2 Aanbevelingen

Zoals uit dit onderzoek blijkt is er in de literatuur weinig bekend over de OCR van de Nederlandse retailmarkt. Het uitgevoerde deskresearch leidt tot de volgende aanbevelingen.

1. Het werkveld dient meer aandacht te besteden aan de OCR op objectniveau. Betere kengetallen zijn nodig om een gedegen risicoanalyse te kunnen uitvoeren. De beschikbaarheid van dergelijke gegevens kan de discussie over de betaalbaarheid van huisvestingskosten tussen beleggers en retailers aanmerkelijk vergemakkelijken. In de Nederlandse constellatie zijn met name de Nederlandse Raad Winkelcentra en accountants de aangewezen partijen om aan deze aanbeveling uitvoering te geven.

2. Wetenschappelijke en data verzamelende instellingen dienen zorg te dragen voor uitbreiding van de bestaande data over de OCR en onderliggende componenten om tot een productiviteitsindicator te komen die daadwerkelijk zeggingskracht heeft. De inspanning zal vooral gericht dienen te zijn op consistente en langere tijdreeksen enerzijds al dan niet via de beschikbaarheid van kwartaal- in plaats van jaargegevens. Anderzijds gaat het om het verkrijgen van informatie over relevant geachte variabelen zoals genoemd onder 5.1 van de bovenvermelde Conclusie.

Literatuur

ABN AMRO (2014) *Cross channel retail update 2014, de invloed van online winkelen*, Amsterdam

Australian Government Productivity Commission (2008) *The Market for Retail Tenancy Leases in Australia*, Inquiry report nr 43, Canberra

Baker, M (2009) *US and Australian Shopping Centre Performance Comparison* via <http://www.scca.org.au/Pdf%20links/2009PDFlinks/Michael%20Baker.%20Aust-US%20Centre%20Performance%20Comparison%20%20May%2009.pdf> (geraadpleegd 21 oktober 2014)

Baugnet, V & Dresse L (2011) Verloop van de particuliere consumptie tijdens de afgelopen drie jaar, *Economisch Tijdschrift*, september, 47-59

Bes - Van Staalduinen, J. de. & Lammers, B. (2010) *Online winkelen in Nederland, Noodzaak tot slimmere logistiek*, Delft: TNO

CapitaMall Trust (2014) *Annual Report 2013*
<http://capitmall.listedcompany.com/misc/ar2013.pdf> (geraadpleegd 22 oktober 2014)

CBRE (2013) *Netherlands Retail Market View 2013 H2*

CBRE (2012) *The French Retail market, annual report*, Paris

CBS (2014) www.compendiumvoordeleefomgeving.nl. CBS, Den Haag; Planbureau voor de Leefomgeving, Den Haag/Bilthoven en Wageningen UR, Wageningen.

CBS (2015a) DM=SLNL&PA=70076ned&D1=0-5&D2=0,2-3,16,24,28&D3=16,101,186,271,316-336&HDR=T&STB=G1,G2&VW=T (geraadpleegd 22 maart 2015)

CBS (2015b) <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/default.htm> (geraadpleegd 22 maart 2015)

CBS/HBD (2007) *Kwartaalbericht detailhandel, nr 4*, Den Haag

Centre for Retail Research (2014) http://ec.europa.eu/internal_market/retail/docs/140708-presentation-centre-for-retail-research_en.pdf (geraadpleegd 28 april 2014)

Chung, Wing-sze (2004) *A macroeconomic study of the determinants of retail rents in Hongkong*, University of Hongkong

Cirz, R (2012) Retail Sales & Rent Levels, *Real Estate Issues*, 37,1. 25-30

Colliers International (2012) *Retail Occupancy Cost Ratios*, Sydney

CPB (2012) *Economische Verkenning 2013-2017*, Den Haag

Daniels, A & McDonnell, P (2003) A Guide to Occupancy Costs. *Retail Traffic*. May, Vol. 32 (5), 214.

D'Arcy, E & McGrough, T & Tsolacos, S (1997) An empirical investigation of retail rents in five European cities, *Journal of Property Valuation and Investment*, 15 (4) 308-322

DNB (2015) *Economische vooruitzichten gunstiger dan eerdere voorzien, economie komt op stoom* <http://www.dnb.nl/nieuws/nieuwsoverzicht-en-archief/persberichten-2015/dnb322889.jsp> (geraadpleegd 9 juni 2015)

Dynan K.E. & Maki D.E. (2001) *Does Stock Market Wealth Matter for Consumption*, FEDS Discussion Paper, Nr 2001-23, Washington DC, Board of Governors of the Federal Reserve System

Erich, M (2014) *Winkelgebied 2025: samen in beweging*, Economisch Bureau ING, Amsterdam

Gerbich, M (1998) An Empirical Analysis of the Determinants of Shopping Center Rentals, *Journal of Real Estate Research*, 15, (3), 283-296

Giesbergen, B (2014) *Herstel op de woningmarkt en consumptieve woninginrichting: een vliegwieleffect?* <https://economie.rabobank.com/publicaties/2014/juni/herstel-op-de-woningmarkt-en-consumptie-woninginrichting-een-vliegwieleffect/> (geraadpleegd 9 juni 2015)

Green R.K. & Hendershott P.H. (2007) The impact of Age on Retail Sales, *Journal of Shopping Center Research* 14,(1), 1-16

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2009). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall

Hess K & Francis G (2004) Cost income ratio benchmarking in banking; a case study, *An Industrial Journal*, 11, (3), 303-319

Hoofdbedrijfschap Detailhandel (2007) 2020 *Vier scenario's voor de toekomst van de detailhandel*, Den Haag,

Horst, A. van der & Kranendonk H (2013) *Trefzekerheid van CPB ramingen*, CPB Achtergronddocument, CPB Den Haag

INretail (2014) *Huuronderzoek Wonen, Mode, Schoenen en Sport*, Zeist

Johnson D.S., Parker, J.A., Souleles N.S. (2004) *Household Expenditure and the Income Tax Rebate of 2001*, NBER Working Paper Nr 10784, Cambridge, MA

Joo S.J. & Stoebeert P.A. (2009) Measuring and benchmarking the performance of coffee stores for retail operations; *Benchmarking, An International Journal*, 16, (6), 741-753

Kalette, D (2010) Retail Tenants appeal for Rent Relief, *National Real Estate Investor*, Jan/Feb, 52 (1), 38-40

Lukkezen, J & Elbourne, A (2015) *Volatiliteit en consumptie*; CPB achtergronddocument, CPB , Den Haag

Maarsseveen, J van en Harmsen, C (2011) Demografische levensloop van babyboomers: terugblik en perspectief. *Bevolkingstrends*, 4^e kwartaal, 15-26

Ministerie van Financiën (2013) *Inkomen en vermogen van ouderen*, Inspectie der Rijksfinanciën/Bureau Strategische Analyse, Den Haag

Moir, C (2005) Cost and Marketing Implications: The Canadian Branch Banking System, *International Review of Retail Distribution and Consumer Research*, 15,(3), 305-318

Molenaar, C. (2011) *Het einde van winkels?* Den Haag: Academic Service

Nederlandse Raad Winkelcentra (NRW) (2011) *De toekomst van winkelen. Drie scenario's voor 2025*, Utrecht

Nozeman, E., van der Post, W. en Langendoen, M. (2012) *Het Nederlandse winkellandschap in transitie*, Sdu, Den Haag

NVM Business (2014) *Stand van zaken Nederlandse Winkelmarkt*, Nieuwegein

Parker, J.A.(1999) The Reaction of Household Consumption to Predictable Changes in Social Security Taxes, *American Economic Review*, 89, 4, 959-973

Pestana Barros C. (2003) Hypermarket retail store efficiency in Portugal, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 31,(11), 549-560

Provincie Zuid-Holland, Provincie Noord-Holland, Provincie Utrecht, Kamers van Koophandel, HBD, Stadsregio's, Deelnemende gemeenten (2011) *Randstad Koopstromenonderzoek 2011*

Reynolds J., Howard E, Dragun D, Rosewell B and Ormerod P (2005) Assessing the Productivity of the UK Retail Sector, *The International Review of Retail Distribution and Consumer Research*, 15,(3), 237-280

Rigo Research & Advies (2014) *Stand van de koopwoningenmarkt*, Amsterdam

Rosa, T (2006) Surviving in shopping malls, *Caribbean Business*. 9/14/2006, 34 (36), 22-25.

Strijker, K. (2014) *De strijd om de 'harde' A1, Veranderende voorkeuren van retailers voor steden*, Master scriptie. Amsterdam School of Real Estate

Sullivan, D. (2009) Retail Landlords Face Quandary, *National Real Estate Investor*. May, 51 (5), 60

Tsolacos, S (1995) An econometric model of retail rents in the United Kingdom, *Journal of Real Estate Research*, 10, (5), 519-529

Quix, F., Terra, J, Hamann, E, Wortel, C (2011) *Het nieuwe winkelen*, Den Haag: HBD, Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Wheaton, W C (2000) Percentage Rent in Retail Leasing: The Alignment of Landlord-Tenant Interests, *Real Estate Economics*, 28, (7), 185-204

Websites

<http://bestat.economie.fgov.be/BeStat/BeStatMultidimensionalAnalysis?loadDefaultId=343>

<http://detailhandel.info/index.cfm/consument/online-bestedingen>

<http://investors.simon.com/phoenix.zhtml?c=113968&p=irol-reportsAnnual>

<http://www.cbs.nl>

<http://www.corio.com>

<http://www.eurocommercialproperties.com/financial/financial-reports/>

http://www.insee.fr/fr/themes/theme.asp?theme=12&sous_theme=3

<http://www.klepierre.com/en/finance/investor-relations/reports/>

<http://www.landsecurities.com/investors/reports>

<http://www.locatus.nl>

<http://www.ons.gov.uk/ons/datasets-and-tables/index.html?pageSize=50&sortBy=none&sortDirection=none&newquery=retail+businesses+expenditure>

<http://www.retailcouncil.org/sites/default/files/documents/pwc-benchmarking-study-2013-11-en.pdf>

<http://www.unibail-rodamco.com/W/do/centre/annual-reports>

<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Financial-Services/dttl-fsi-cfs-Commerical-Real-Estate-Outlook-2015.pdf>

<https://economie.rabobank.com/publicaties/2015/juni>

<https://orbis.bvdinfo.com/version-201573/home.serv?product=orbisneo>

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/VerdiensteArbeitskosten/VerdiensteArbeitskosten.html#Tabellen>

<https://www.thuiswinkel.org/feiten-en-cijfers/13/Omzet-online-winkelen>

Bijlagen

Bijlage 1. Overzicht definities OCR

De definiëring van de Occupancy Cost Ratio verschilt per auteur resp. organisatie. In de hoofdttekst is gekozen voor de grootste gemene deler. Onderstaand een overzicht van de aangetroffen omschrijvingen.

CapitaMall Trust: Occupancy cost is defined as a ratio of gross rental (inclusive of service charge, advertising and promotional charge as well as gross turnover rent) to tenants' sales (CapitaMall Trust, 2014).

CBRE: The occupancy cost is the ratio of the rent (including charges) to the shop's turnover (CBRE, 2012).

Corio: Occupancy cost ratio is calculated as total costs of occupying space (rent, turnover rent, and service charges as invoiced by Corio) as borne by the tenant, divided by turnover (ex. VAT) (Corio, 2014).

Daniels & McDonnell: Aggregate cost of all comparable mall shop tenants divided by their aggregate sales (Daniels & McDonnell, 2006).

Eurocommercial: Rent plus marketing contributions, service charges and tenant property taxes as a proportion of sales turnover (Eurocommercial, 2014)

Unibail Rodamco: Rental charges + service charges including marketing costs for tenants)/(tenants' sales); VAT included and for all the occupiers of the shopping centre. (Unibail-Rodamco, 2014).

NB. De marketingkosten bij Unibail-Rodamco betreffen hoogstwaarschijnlijk alleen de promotiekosten van het winkelcentrum, wellicht ook bijdragen aan de winkeliersvereniging en de kerstverlichting. Bij Corio zijn die vermoedelijk begrepen in de servicekosten.

Bijlage 2. Overzicht lijst van gebruikte variabelen

Naam variabele	Tijdvak	Bron
Bevolking	2000-2014	CBS
Huishoudens	2000-2014	CBS
Grijze druk	2000-2014	CBS
Besteedbaar inkomen	2000-2013	CBS
Consumptieve bestedingen huishoudens	2000-2013	CBS
Bruto binnenlands product	2000-2013	CBS
Werkloze beroepsbevolkingen absoluut en in %	2003-2014	CBS
12maands euriborrente eerste werkdag van elk jaar	2000-2014	www.euribor-rates.eu
Beurswaarde Amsterdamse effectenbeurs ultimo	2000-2014	CBS
Hypotheekrente 10 jr vast annuïteit NHG mediodec	2000-2014	NHG
Inflatie	2000-2014	CBS
Bruto investeringen in vaste activa	2000-2013	CBS
Uitvoer van goederen en diensten	2000-2013	CBS
Invoer van goederen en diensten	2000-2013	CBS
Consumentenvertrouwen	2000-2014	CBS
Verhuizingen	2000-2014	CBS
Opgeleverde nieuwbouwwoningen	2000-2013	CBS
Verkochte nieuwbouwwoningen	2000-2013	CBS
Verkochte bestaande koopwoningen	2000-2014	CBS
Prijsindex bestaande koopwoningen	2000-2014	CBS
Index winkelhuurovereenkomsten	2000-2014	WPM
Opname winkels aantal transacties	2000-2014	NVM
Opname winkels in m2	2000-2014	NVM
Aanbod winkels in aantal transacties	2000-2014	NVM
Aanbod winkels in m2	2000-2014	NVM
Omvang internetverkoop	2005-2013	Thuiswinkel.org
Omzet retailondernemingen	2000-2011	CBS
Bedrijfsresultaat retailondernemingen	2000-2011	CBS
Omzet detailhandel	2004-2013	CBS
Huisvestingskosten detailhandel	2004-2013	CBS
OCR detailhandel	2004-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat detailhandel	2004-2013	CBS
Bedrijfsresultaat detailhandel in %	2004-2013	CBS (bewerkt)
Omzet detailhandel in winkels	2004-2012	CBS
Huisvestingskosten detailhandel in winkels	2004-2012	CBS
OCR detailhandel in winkels	2004-2012	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat detailhandel in winkels	2004-2012	CBS
Bedrijfsresultaat detailhandel in % in winkels	2004-2012	CBS (bewerkt)
Omzet supermarkten	2000-2013	CBS
Huisvestingskosten supermarkten	2000-2013	CBS
OCR supermarkten	2000-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat supermarkten	2000-2013	CBS
Bedrijfsresultaat supermarkten in %	2000-2013	CBS (bewerkt)
Omzet winkelsschoenen/ lederwaren	2000-2013	CBS
Huisvestingskosten winkels schoenen/lederwaren	2000-2013	CBS

OCR winkelsschoenen/lederwaren	2000-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat winkels schoenen/lederwaren	2000-2013	CBS
Bedrijfsresultaat winkelsschoenlederwaren in %	2000-2013	CBS (bewerkt)
Omzet kledingwinkels	2005-2013	CBS
Huisvestingskosten kledingwinkels	2005-2013	CBS
OCR kledingwinkels	2005-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat kledingwinkels	2005-2013	CBS
Bedrijfsresultaat kledingwinkels in %	2005-2013	CBS (bewerkt)
Omzet parfumerieën	2000-2013	CBS
Huisvestingskosten parfumerieën	2000-2013	CBS
OCR parfumerieën	2000-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat parfumerieën	2000-2013	CBS
Bedrijfsresultaat parfumerieën in %	2000-2013	CBS (bewerkt)
Omzet winkels consumentenelectronica	2000-2013	CBS
Huisvestingskosten consumentenelectronica	2000-2013	CBS
OCR consumentenelectronica	2000-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat consumentenelectronica	2000-2013	CBS
Bedrijfsresultaat consumentenelectronica in %	2000-2013	CBS (bewerkt)
Omzet recreatiewinkels	2006-2013	CBS
Huisvestingskosten recreatiewinkels	2006-2013	CBS
OCR recreatiewinkels	2006-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat recreatiewinkels	2006-2013	CBS
Bedrijfsresultaat recreatiewinkels in %	2006-2013	CBS (bewerkt)
Omzet doetzelfwinkels	2004-2013	CBS
Huisvestingskosten doetzelfwinkels	2004-2013	CBS
OCR doetzelfwinkels	2004-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat doetzelfwinkels	2004-2013	CBS
Bedrijfsresultaat doetzelfwinkels in %	2004-2013	CBS (bewerkt)
Omzet winkels overige hh artikelen	2004-2013	CBS
Huisvestingskosten overige hh artikelen	2006-2013	CBS
OCR overige hh artikelen	2006-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat overige hh artikelen	2006-2013	CBS
Bedrijfsresultaat overige hh artikelen in %	2006-2013	CBS (bewerkt)
Omzet drogisterijen	2004-2013	CBS
Huisvestingskosten drogisterijen	2004-2013	CBS
OCR drogisterijen	2004-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat drogisterijen	2004-2013	CBS
Bedrijfsresultaat drogisterijen in %	2004-2013	CBS (bewerkt)
Omzet juweliers	2004-2013	CBS
Huisvestingskosten juweliers	2004-2013	CBS
OCR juweliers	2004-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat juweliers	2004-2013	CBS
Bedrijfsresultaat juweliers in %	2004-2013	CBS (bewerkt)
Omzet dibevo, tuincentra e.d	2006-2013	CBS
Huisvestingskosten dibevo,tuincentra e.d	2006-2013	CBS
OCR dibevo,tuincentra e.d	2006-2013	CBS (bewerkt)
Bedrijfsresultaat dibevo, tuincentra e.d	2006-2013	CBS
Bedrijfsresultaat dibevo, tuincentra e.d in %	2006-2013	CBS (bewerkt)

Bijlage 3. Toelichting op de CBS data

A. Wijze van verzameling en betrouwbaarheid

De data die zijn gebruikt voor dit onderzoek zijn onderdeel van de productiestatistieken van het CBS en zijn door die instelling op basis van een steekproef verzameld²⁸. De steekproefomvang varieert sterk per bedrijfstak. Er worden circa 80.000 bedrijven benaderd en deze representeren alle onderscheiden bedrijfstakken²⁹. Dit is ongeveer 10 procent van de totale bedrijvenpopulatie in Nederland. Voor het jaar 2009 zijn daarnaast eenmalig ongeveer 20.000 bedrijven extra benaderd in verband met een herijking van de berekeningsmethode bij kleine bedrijven. Van de bedrijven met minder dan tien werknemers wordt de informatie verkregen uit registraties van de Belastingdienst en afhankelijk van de bruikbaarheid van de fiscale informatie voor statistische doeleinden door middel van enquêtes op basis van een steekproef. Bedrijven met 10 tot 50 werknemers worden steekproefsgewijs benaderd met een vragenlijst. Bedrijven met meer dan 50 werknemers ontvangen alle een enquêteformulier (CBS, 2014).

De gegevens die worden ontvangen worden gecontroleerd op volledigheid, plausibiliteit en consistentie. De cijfers worden vergeleken met de opgaven van hetzelfde bedrijf een jaar eerder. Als er enige inconsistenties in het cijfermateriaal naar voren komen dan vindt een correctie plaats, eventueel na telefonisch overleg met de berichtgever. De grootste en meest complexe bedrijven worden vanaf 2009 extra intensief gecontroleerd (CBS, 2014).

De ontvangen enquêtegegevens worden opgehoogd naar het totale aantal bedrijven in een branche. Voor het kleinbedrijf wordt hier hierbij gebruik gemaakt van de informatie van de Belastingdienst. De fiscale informatie wordt gebruikt om de niet uit de waarneming bekende bedrijfsgegevens te schatten. Hierdoor kan een totaalbeeld van de afzonderlijke branches worden geschetst. Bij de inschatting van de non-response wordt onderscheid gemaakt tussen de zeer grote en kleine bedrijven. De zeer grote bedrijven zijn uniek in hun structuur en ontwikkeling en vaak cruciaal voor het verkrijgen van een nauwkeuriger beeld van de betreffende branche (CBS, 2014).

Wat betreft de kwaliteit en nauwkeurigheid van de uitkomsten van het CBS geldt dat de resultaten in belangrijke mate gebaseerd zijn op een steekproef. Hier moet met een zekere onbetrouwbaarheidsmarge rekening worden gehouden.

Het betrouwbaarheidsinterval bij de productiestatistieken is niet precies bekend. Dit komt vooral doordat er aanvullende informatie gebruikt wordt in het schattingsproces. Hierdoor is het berekenen van de precieze nauwkeurigheid lastig. Bij een steekproef zijn de uitkomsten afhankelijk van de eenheden die in de steekproef zitten. De nauwkeurigheid hangt hiermee af van de omvang van de steekproef en de spreiding van de te meten eigenschap. (Als alle bedrijven ongeveer dezelfde omzet hebben dan is een kleine steekproef voldoende om de omzet van de populatie nauwkeurig te schatten, als er veel variatie is dan is de benodigde steekproefomvang veel groter).

²⁸ Zie voor een uitgebreide uitleg de methode hoe de data tot stand zijn gekomen: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/handel-horeca/methoden/dataverzameling/korte-onderzoeksbeschrijvingen/productie-statistiek.htm>

²⁹ Voor het jaar 2009 zijn eenmalig 20 duizend extra benaderd in verband met een herijking van de berekeningsmethode bij kleine bedrijven.

Een veelgebruikte maat voor de nauwkeurigheid van een statistiek is het 95% betrouwbaarheidsinterval. Het betrouwbaarheidsinterval bij de productiestatistieken is niet precies bekend. Dit komt vooral doordat er aanvullende informatie gebruikt wordt in het schattingsproces. Hierdoor is het berekenen van de precieze nauwkeurigheid lastig (CBS).

Het CBS staat niettemin achter de nauwkeurigheid en kwaliteit van de resultaten. De uitkomsten worden pas gepubliceerd nadat deze zijn beoordeeld op plausibiliteit. Om de plausibiliteit vast te stellen worden meerder controles uitgevoerd, o.a.: tijdsreeksanalyse (consistentie in de tijd), kengetallenanalyse (verhouding tussen variabelen) en confrontatie met uitkomsten uit anderen bronnen.

B. Branchering

De beschikbare data zijn ingedeeld naar verschillende retailbranches. Het CBS maakt gebruik van de Standaard Bedrijfsindeling (SBI). De SBI is een hiërarchische indeling van economische activiteiten. In dit onderzoek wordt daarmee bedoeld een indeling van de detailhandel op verschillende niveaus. Deze wordt (onder meer) gebruikt om bedrijfseenheden in te delen naar hun hoofdactiviteit. De SBI heeft meerdere niveaus die aangegeven worden door vier of vijf cijfers. De eerste vier cijfers zijn gelijk aan de indeling zoals Eurostat hanteert. Het vijfde cijfer is een verdere Nederlandse verbijzondering (CBS).

De verschillende niveaus worden aangegeven met respectievelijk drie, vier of vijf cijfers. Waar drie cijfers een grotere groep van de detailhandel beslaat zoals de code 474 voor 'Winkels in consumentenelektronica' betreft de code 4741 'winkels in computers, randapparatuur en software'. Een vijfde cijfer zou een categorie winkels nog verder specificeren.

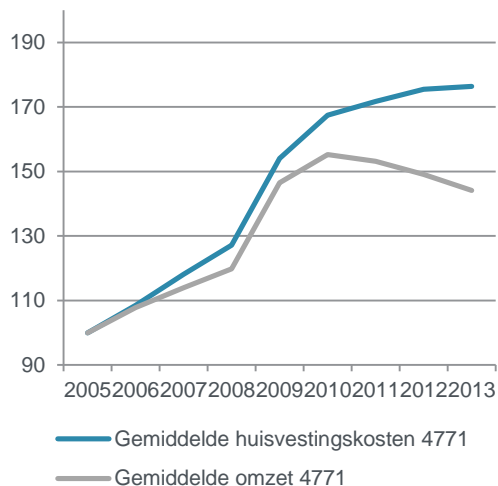
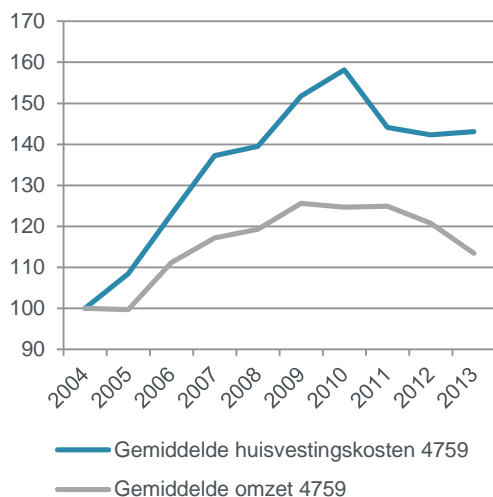
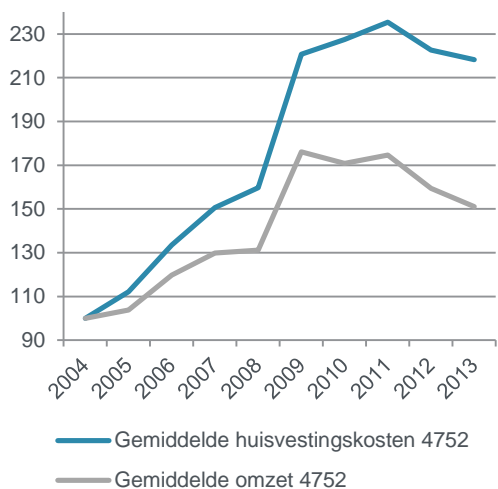
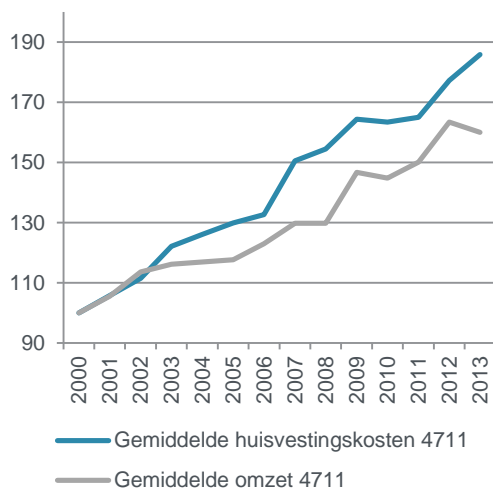
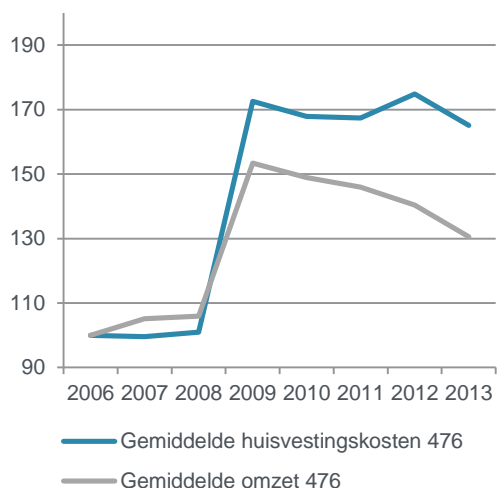
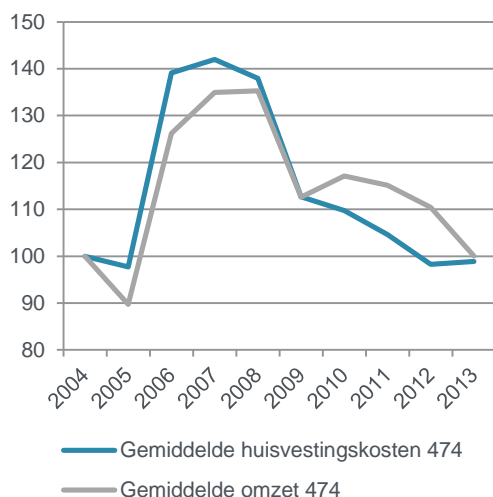
De gebruikte data zijn in twee 'stukken' op te delen. Dit komt doordat er in 2008 een hercodering van de SBI heeft plaatsgevonden. Voordien werd gebruik gemaakt van de SBI '93, vanaf 2009 van de SBI 2008.

Om bijvoorbeeld de OCR te berekenen van 'Winkels in consumentenelektronica' is gekeken naar de codering van zowel SBI '93 als die van SBI 2008. Hier is vervolgens één reeks van gemaakt. De inhoud van de coderingen van SBI '93 komt niet in elke situatie één op één overeen met die van SBI 2008. Het CBS levert echter wel een schakelschema waarin de oude coderingen achter de nieuwe coderingen worden genoemd. Eigenhandig zijn de meest geschikte coderingen bij elkaar gezocht om zo één reeks samen te stellen met een minimaal verschil in het soort winkels waar de OCR over berekend. Is. Dit geldt overigens niet voor elke berekende OCR. Zo zijn er ook categorieën waar de verschillende coderingen wel één op één met elkaar overeenkomen qua inhoud.

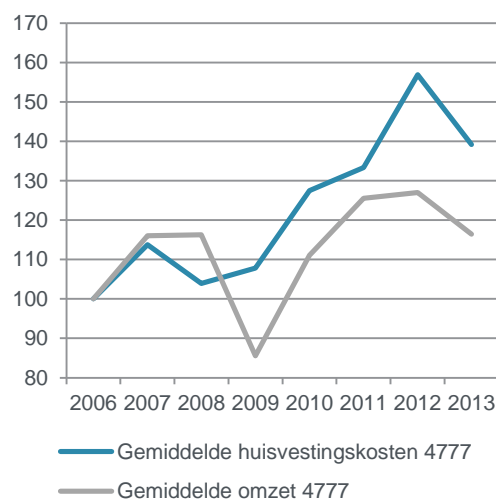
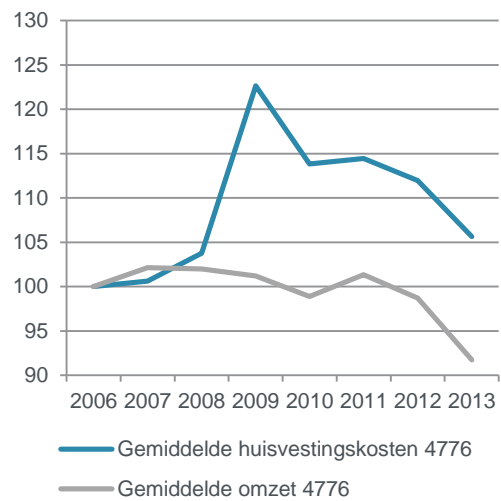
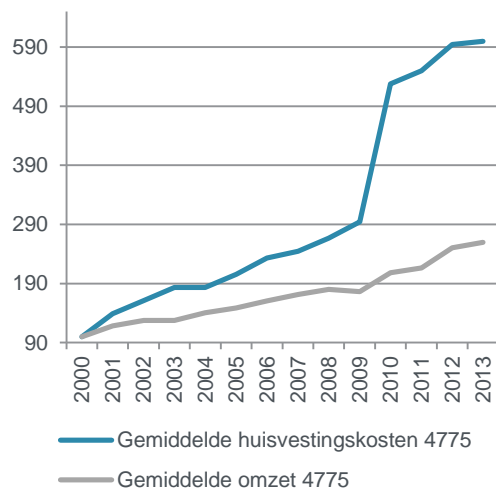
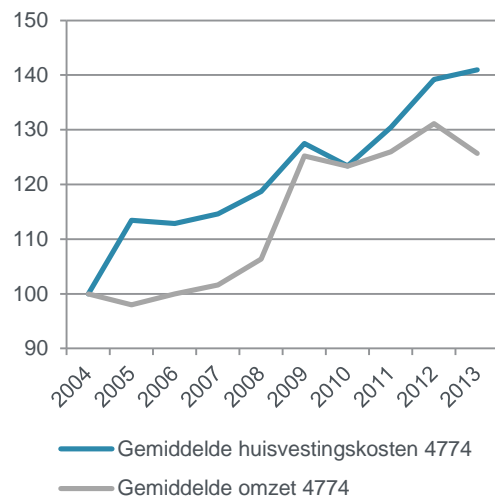
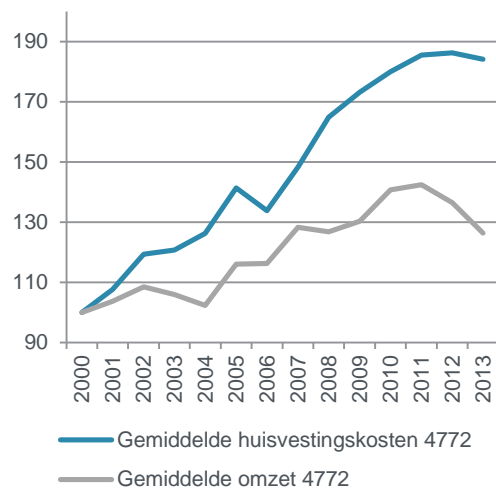
SBI 1993	Branchenaam	SBI 2008	Branchenaam
5210b	Detailhandel	474	Winkels in consumentenelektronica
5211	Supermarkten e.d.	476	Winkels in recreatieartikelen
52321	Winkels in drogisterijartikelen	4711	Supermarkten
5233	Winkels in parfums en cosmetica	4752	Winkels in doe-het-zelfartikelen
5242a	Winkels in bovenkleding	4759	Winkels overige huishoudartikelen
52431 + 52432	Winkels in schoeisel + winkels in lederwaren, reisartikelen	4771	Winkels in kleding
5244	Winkels in meubels, woningtextiel, verlichtings- en huishoudelijke artikelen	4772	Winkels in schoenen en lederwaren
5246a	Doe-het-zelf zaken	4774	Drogisten, orthopedische winkels
52453 + 52454 + 5245c + 52494	Winkels in geluidsdragers + winkels telecommunicatieapparaten en overig elektrische huishoudelijke apparatuur + winkels in wit- en bruingoed + winkels in computers	4775	Winkels in parfums en cosmetica
52471 + 52495	Winkels in boeken en tijdschriften + winkels in speelgoed	4776	Bloemen-, dierenwinkels, tuincentra
52483	Winkels in juweliersartikelen en uurwerken	4777	Juweliers

Bijlage 4. Grafieken huisvestingskosten en omzet per branche

De onderstaande grafieken laten de ontwikkeling van de huisvestingskosten en omzet zien per branche met behulp van indices (Bron: CBS/eigen bewerking). Let op dat de assen verschillen per grafiek.



Huisvestingslasten en omzet van retailondernemingen in Nederland



Bijlage 5. Correlatiematrix

De correlatiematrixes tussen de onderstaande variabelen voor elk van de branches kunnen op verzoek verkregen worden bij de auteurs.

Tabel B.5.1. Correlatiematrix gegevens op detailhandel/nationaal niveau (N = 10)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
(1) Omzet detailhandel (in mln €)	1													
(2) Huisvestingskosten detailhandel (in mln €)	0.9893*	1												
(3) Bruto binnenlands product (in mln €)	0.9280*	0.9581*	1											
(4) Besteedbaar inkomen per huishouden (in €)	0.9251*	0.9526*	0.9834*	1										
(5) Consumentenbestedingen (in mln €)	0.9070*	0.9392*	0.9900*	0.9668*	1									
(6) Inwonerstal Nederland (#)	0.9213*	0.9179*	0.8108*	0.7780*	0.8149*	1								
(7) Consumentenvertrouwen	-0.337	-0.284	-0.132	-0.108	-0.198	-0.509	1							
(8) Totaal aantal bestaande woningen verkocht (#)	-0.9246*	-0.8857*	-0.7385*	-0.7520*	-0.7251*	-0.9211*	0.576	1						
(9) Bruto investeringen in vaste activa (in mln €)	0.489	0.530	0.7227*	0.7276*	0.7085*	0.195	0.330	-0.176	1					
(10) Invoer + uitvoer van goederen en diensten (in mln €)	0.8650*	0.8933*	0.8977*	0.8340*	0.9172*	0.9127*	-0.294	-0.7292*	0.433	1				
(11) Werkloze beroepsbevolking (%)	0.041	0.039	-0.159	-0.192	-0.127	0.404	-0.552	-0.294	-0.7618*	0.196	1			
(12) 12 maands euribor rente op eerste werkdag van het jaar (%)	-0.401	-0.365	-0.128	-0.096	-0.108	-0.631	0.480	0.631	0.536	-0.357	-0.7992*	1		
(13) Beurswaarde op de Amsterdamse effectenbeurs per ultimo (in mln €)	-0.556	-0.504	-0.510	-0.516	-0.542	-0.405	0.575	0.596	-0.425	-0.346	0.257	0.007	1	
(14) hypotheekrente 10 jaar vast, annuïteit NHG, medio maand december (%)	-0.243	-0.283	-0.211	-0.182	-0.178	-0.457	-0.098	0.232	0.235	-0.446	-0.614	0.539	-0.530	1

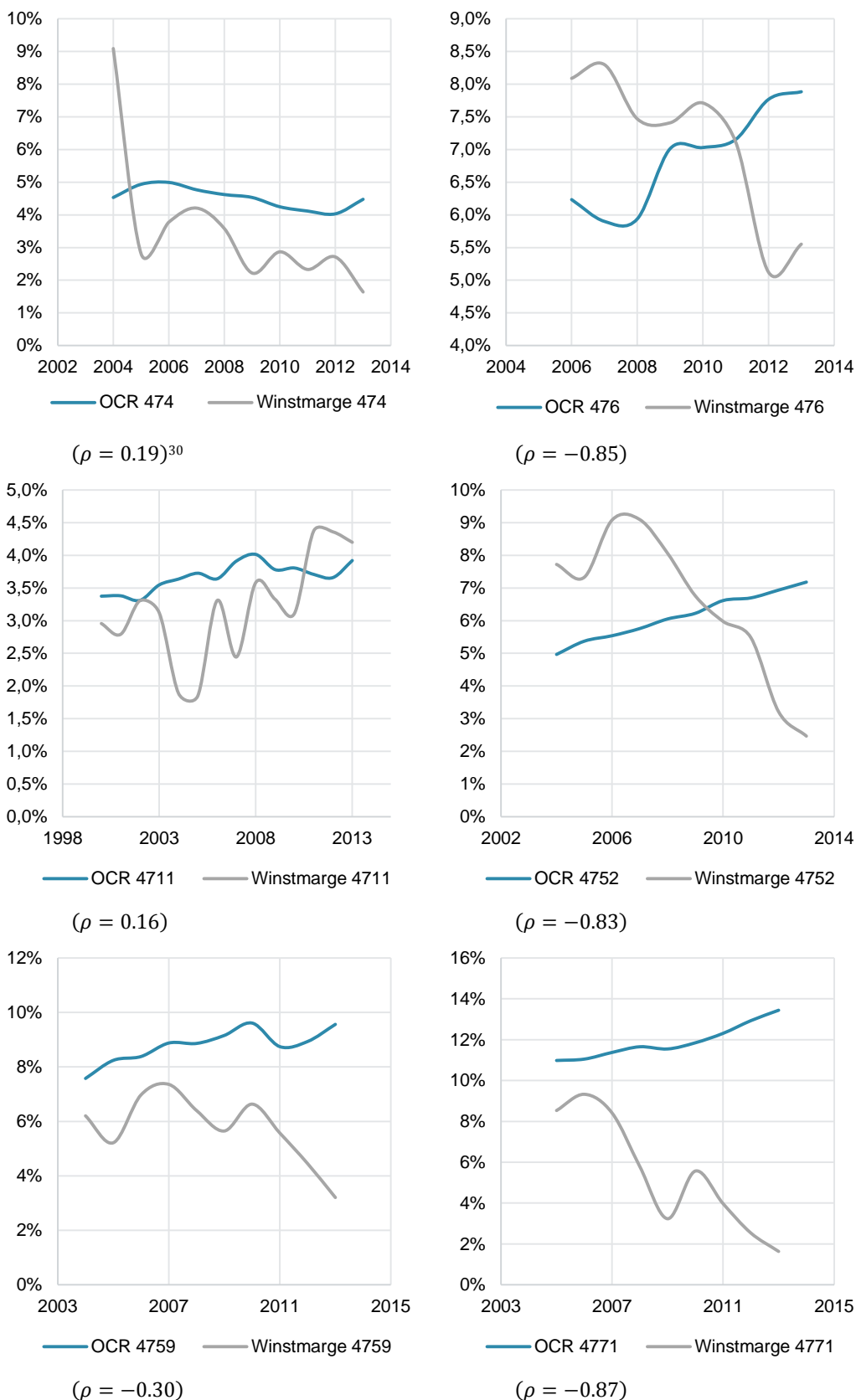
Noot: * p < 0.05. Waardes in het rood rapporteren correlaties groter dan 0.9.

Tabel B.5.2. Correlatiematrix op branche/nationaal niveau (N = 95)

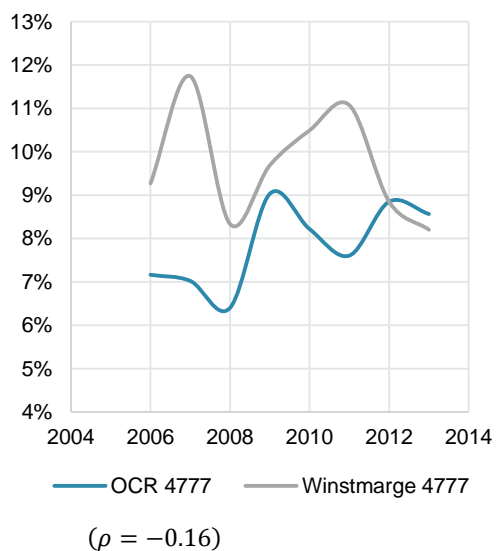
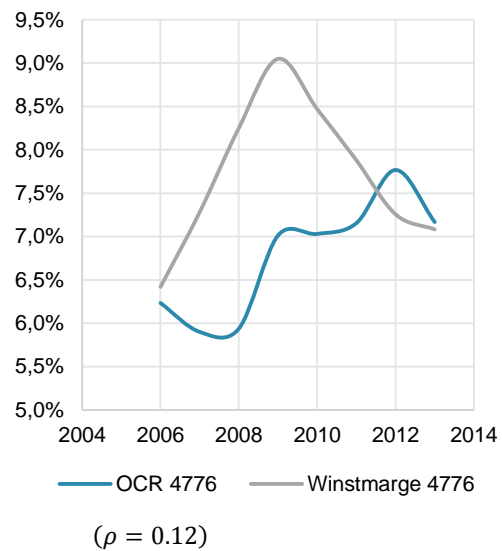
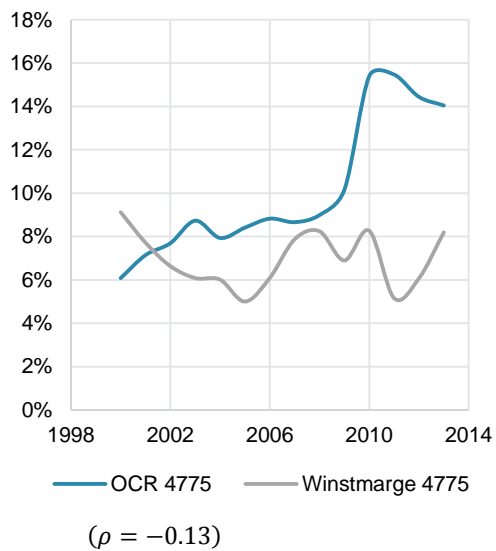
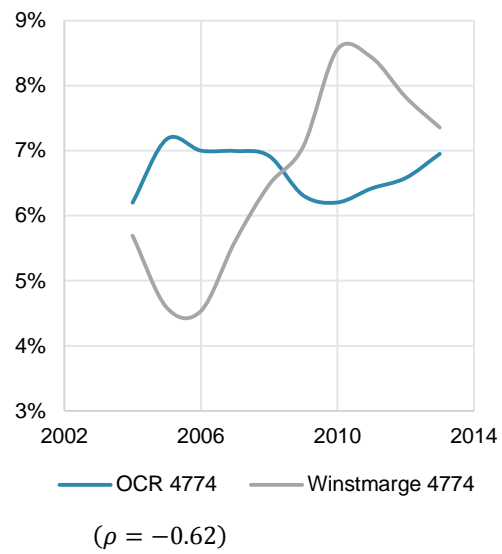
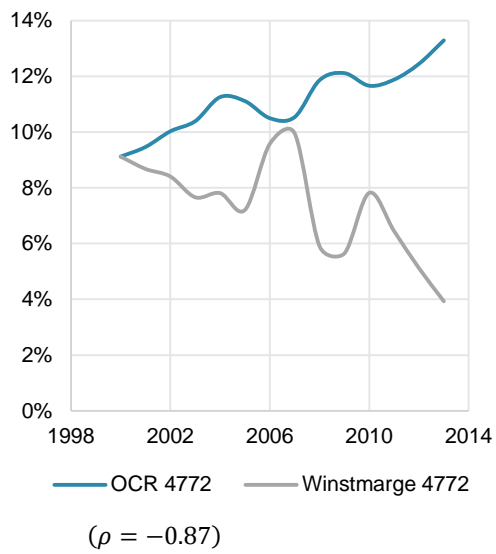
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
(1) Omzet per branche (in mln €)	1													
(2) Huisvestingskosten per branche (in mln €)	0.8374*	1												
(3) Bruto binnenlands product (in mln €)	0.020	0.128	1											
(4) Besteedbaar inkomen per huishouden (in €)	0.020	0.127	0.9834*	1										
(5) Consumentenbestedingen (in mln €)	0.019	0.125	0.9903*	0.9671*	1									
(6) Inwonerstal Nederland (#)	0.038	0.141	0.8125*	0.7794*	0.8151*	1								
(7) Consumentenvertrouwen	-0.047	-0.064	-0.088	-0.065	-0.148	-0.4667*	1							
(8) Totaal aantal bestaande woningen verkocht (#)	-0.050	-0.141	-0.7206*	-0.7334*	-0.7053*	-0.9141*	0.5665*	1						
(9) Bruto investeringen in vaste activa (in mln €)	-0.009	0.048	0.7120*	0.7176*	0.6998*	0.183	0.3613*	-0.143	1					
(10) Invoer + uitvoer van goederen en diensten (in mln €)	0.022	0.123	0.8980*	0.8337*	0.9169*	0.9129*	-0.2498*	-0.7140*	0.4209*	1				
(11) Werkloze beroepsbevolking (%)	0.015	0.036	-0.082	-0.116	-0.052	0.4628*	-0.5234*	-0.3464*	-0.7151*	0.2644*	1			
(12) 12 maands euribor rente op eerste werkdag van het jaar (%)	-0.035	-0.081	-0.157	-0.124	-0.135	-0.6491*	0.4597*	0.6548*	0.5238*	-0.3807*	-0.8050*	1		
(13) Beurswaarde op de Amsterdamse effectenbeurs per ultimo (in mln €)	-0.034	-0.072	-0.4713*	-0.4756*	-0.5006*	-0.3747*	0.5848*	0.5791*	-0.3945*	-0.3094*	0.2464*	0.009	1	
(14) hypotheekrente 10 jaar vast, annuïteit NHG, medio maand december (%)	0.020	-0.035	-0.3106*	-0.2803*	-0.2823*	-0.4992*	-0.173	0.2424*	0.126	-0.5085*	-0.6038*	0.5089*	-0.5177*	1

Noot: * p < 0.05. Waardes in het rood rapporteren correlaties groter dan 0.9.

Bijlage 6. Grafieken OCR en winstmarges per branche



³⁰ Pearson's correlation coefficient tussen de OCR en de winstmarge per branche.



De activiteiten van de Amsterdam School of Real Estate zijn mede mogelijk dankzij de financiële steun van de Stichting voor Wetenschappelijk Onderzoek en Onderwijs in de Vastgoedkunde (SWOOV)

Onze donateurs

I 3W New Development	I Dura Vermeer Groep NV	I PGGM
I ACM Vastgoed Groep BV	I DVP	I Propertize
I Ahold Vastgoed BV	I Ernst & Young Real Estate Group	I Provast
I Altera Vastgoed	I FGH Bank NV	I PwC
I AM BV	I Funda NV	I Rechtstaete vastgoedadvocaten & belastingadviseurs
I AMVEST	I G&S Vastgoed	I Redevco Europe Services BV
I a.s.r. vastgoed vermogensbeheer	I Haags Ontwikkelingsbedrijf	I SADC
I Ballast Nedam Ontwikkelingsmaatschappij B.V.	I Houthoff Buruma	I Schiphol Real Estate BV
I Boekel De Nerée NV	I Hurks Vastgoedontwikkeling	I SPF Beheer BV
I BDP Europe BV	I ING Real Estate Finance	I Stadsontwikkeling Rotterdam
I Bouwinvest	I IPMMC Vastgoed	I Strabo BV
I Brink Groep	I IVBN	I Syntrus Achmea Real Estate & Finance
I CBRE Global Investors	I Jones Lang LaSalle	I The IBUS Company
I CBRE Netherlands	I Lexence NV	I Van Wijnen Holding N.V.
I Colliers International	I Loyens & Loeff NV	I Vesteda Groep BV
I Corio	I MAB Development	I Wereldhave NV
I De Brauw Blackstone Westbroek	I MN	I WPM Groep
I DELA Vastgoed BV	I NSI	I Yardi Systems BV
I Deloitte	I NS Vastgoed BV	I Ymere
I Delta Lloyd Vastgoed	I NVM	
I DTZ Zadelhoff	I Grond- en Ontwikkeling Gemeente Amsterdam	

Neem voor vragen of opmerkingen contact met ons op of bezoek onze website.

*bezoekadres
Jollemanhof 5
1019 GW Amsterdam*

*postadres
Postbus 140
1000 AC Amsterdam*

*www.asre.nl
e info@asre.nl
t 020 668 11 29
f 020 668 03 61*